

Tuliskan pendapat anda tentang visi dan misi perusahaan yang anda pilih. gunakan formula yang telah diberikan, dan kembangkan.

MATA KULIAH

MANAJEMEN STRATEGIK

DOSEN : RABIN IBNU ZAINAL, S.E., M.Sc., Ph.D

VISI DAN MISI GRAB



Disusun oleh :

Mohd. Amrah Ridho

(182510080)

PROGRAM PASCA SARJANA MANAJEMEN

UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG

2019

VISI DAN MISI GRAB

PT. GRAB Indonesia didirikan oleh Anthony Tan dan Hooi Ling Tan yang merupakan warga negara Malaysia, mereka melihat adanya dampak negatif dari tidak efisiensinya sistem transportasi yang ada saat ini. Grab merupakan aplikasi layanan transportasi terpopuler di Asia Tenggara yang kini telah berada di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam yang menghubungkan lebih dari 10 juta penumpang dan 185.000 pengemudi di seluruh wilayah Asia Tenggara. Layanan Grab ini bertujuan untuk memberikan alternatif berkendara bagi para pengemudi dan penumpang yang menekankan pada kecepatan, keselamatan, dan kepastian.

Dari latar belakang diatas, PT GRAB Indonesia mempunyai **Visi** untuk menjadi yang terdepan di Asia Tenggara dengan memecahkan masalah transportasi yang ada serta memberikan mobilitas pada 620 juta orang setiap harinya. Sedangkan **Misi GRAB**, antara lain:

1. Membuat Platform transportasi yang paling aman
2. Membuat semua orang dapat mengakses pelayanan transportasi yang baik
3. Meningkatkan taraf hidup mitra grab

Visi dan Misi BNI

Visi BNI

Menjadi Lembaga Keuangan yang Unggul dalam Layanan dan Kinerja

Misi BNI

1. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah, dan selaku mitra pilihan utama.
2. Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi investor.
3. Menciptakan kondisi terbaik bagi karyawan sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
4. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan komunitas.
5. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik.

Terdapat keterkaitan antara Visi dan Misi yaitu :

1. Menjadi Lembaga Keuangan yang Unggul dalam Layanan tercermin dari poin 1 dari Misi BNI yaitu Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah, dan selaku mitra pilihan utama.
2. Sedangkan untuk kinerja tercermin dari poin 2,3,4 dan 5 yaitu :
 - Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi investor.
 - Menciptakan kondisi terbaik bagi karyawan sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
 - Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan komunitas.
 - Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik.

Visi BNI sangat jelas dan singkat secara efektif membangun strategi objektif dan merumuskan untuk mengembangkan pernyataan misi yang komprehensif.

Komponen pernyataan Misi :

1. Pelanggan; siapa pelanggan perusahaan?
2. Produk atau layanan; apa produk atau layanan utama perusahaan?
3. Pasar; secara geografis di mana perusahaan bersaing?
4. Teknologi; Apakah teknologi perusahaan saat ini?
5. Kepedulian untuk bertahan hidup, pertumbuhan dan profitabilitas; Apakah perusahaan berkomitmen untuk pertumbuhan dan kesehatan finansial?
6. Filsafat; Apa keyakinan dasar, nilai-nilai, aspirasi, dan prioritas etika perusahaan?
7. Konsep diri; Apa kompetensi khas perusahaan atau keunggulan kompetitif utama?
8. Kekhawatiran akan citra publik; Apakah perusahaan responsif terhadap kepedulian sosial, masyarakat dan lingkungan?
9. Kepedulian terhadap karyawan; Apakah karyawan merupakan aset berharga perusahaan?

Misi BNI

1. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah(2) kepada seluruh nasabah(1), dan selaku mitra pilihan utama.
2. Meningkatkan nilai investasi yang unggul (5)bagi investor.(3)
3. Menciptakan kondisi terbaik bagi karyawan sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.(9)
4. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan komunitas.(8)
5. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan(6) dan tata kelola perusahaan yang baik.(7)

TUGAS

Mata Kuliah : Manajemen Strategi

Dosen : Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph.D



Disusun Oleh :

Reza Apriadi (182510106)

Program Studi Manajemen S2

Universitas Bina Darma

Palembang

2019

TUGAS 3

Nama : Reza Apriadi
NIM : 182510106
Matkul : Manajemen Strategik

Visi dan Misi Program Studi Manajemen S2 Universitas Bina Darma

VISI :

Menjadi program studi yang professional, berkarakter, berwawasan global dan berbasis teknologi informasi pada Tahun 2025.

MISI :

1. Menyelenggarakan kegiatan belajar mengajar yang professional, berkarakter dan berwawasan global serta berbasis teknologi informasi.
2. Menyelenggarakan penelitian yang memberikan kontribusi tinggi terhadap keilmuan manajemen dan masyarakat serta dapat meningkatkan reputasi akademik di tingkat nasional dan internasional.
3. Menyelenggarakan kegiatan pengabdian yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan bermanfaat bagi dunia usaha serta industry.
4. Mengadakan kerjasama dengan semua pihak baik lokal, nasional, dan internasional.

Terdapat keterkaitan antara visi dan misi diatas yaitu Menyelenggarakan kegiatan belajar mengajar yang professional, berkarakter dan berwawasan global serta berbasis teknologi informasi.

Visi nya sangat jelas dan memiliki target pada tahun 2025.

Misi memiliki komponen-komponen diantaranya :

- **Customer** : Masyarakat
- **Produk/layanan** : kegiatan belajar mengajar
- **Teknologi** : berbasis teknologi informasi

- **Filosofi** : Menyelenggarakan penelitian yang memberikan kontribusi tinggi terhadap keilmuan manajemen.
- **Market** : Mengadakan kerjasama dengan semua pihak baik lokal, nasional, dan internasional.
- **Concern of public image** : meningkatkan reputasi akademik di tingkat nasional dan internasional.

TUGAS IV
FAKTOR EKSTERNAL
ADVANTAGE DAN DISADVANTAGE TERKAIT DENGAN VISI DAN MISI PROGRAM
STUDI MANAJEMEN S2 UNIVERSITAS BINA DARMA

No	ADVANTAGE	DISVANTAGE
1	Menyelenggarakan kegiatan belajar mengajar berbasis teknologi informasi.	Tidak semua masyarakat paham terkait dengan teknologi informasi.
2	Menyelenggarakan kegiatan pengabdian yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat (sosial).	
3	Mengadakan kerjasama dengan semua pihak baik lokal, nasional, dan internasional. (concern of public image)	

TUGAS

Mata Kuliah : Manajemen Strategi

Dosen : Rabin Ibnu Zainal



Disusun Oleh :

Rina Marfiana (182510076)

Program Studi Manajemen S2

Universitas Bina Darma

Palembang

2019

TUGAS I
VISI DAN MISI
PT.BANK PEMBANGUNAN DAERAH SUMATERA SELATAN
DAN BANGKA BELITUNG

VISI

“ Menjadi Bank terkemuka dan terpercaya dengan Kinerja Unggul ”

MISI

1. Membantu Mengembangkan potensi daerah dan meningkatkan pertumbuhan perekonomian Daerah
2. Menumbuhkembangkan Retail Banking, Corporate Banking dan International Banking
3. Mengembangkan Human Capital yang profesional dan Tata Kelola Perusahaan yang baik.

ANALISIS KOMPONEN DARI MISI

- a) **Konsumen (Pelanggan)** Human Capital yang profesional adalah Konsumen (Pelanggan) dari Komponen misi tersebut adalah para Pemimpin Divisi, Pemimpin Bagian, Pemimpin Cabang, Pemimpin Satuan, Manager, Senior Asisten Manajer, dan Asisten
- b) **Komponen Produk Of Service** Retail Banking, Corporate Banking dan International Banking adalah Komponen dari Produk yang dikeluarkan oleh PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung. Layanan dari Produk yang didapatkan oleh Nasabah
- c) **Komponen Pasar** mengembangkan Potensi Daerah dan Pertumbuhan Perekonomian Daerah sasarannya adalah terletak pada masyarakat (Nasabah)

- d) **Komponen Teknologi** dari Komponen Misi tersebut adalah dapat menciptakan bahwa semua produk yang dikeluarkan oleh Bank Sumsel Babel berbasis teknologi
- e) **Concern For Survival, Growth and Profitability** Perhatian untuk keberlangsungan pertumbuhan dan Keuntungan, dari komponen misi tersebut adalah menjalankan operasinya agar dapat menunjang kelangsungan hidup, tumbuh dikalangan masyarakat dan mendapatkan keuntungan bagi Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung
- f) **Philosofi** dari komponen misi tersebut adalah menghasilkan Sumber Daya Manusia yang memiliki kepribadian dan moral berdasarkan Good Governance Corporate (GCG)
- g) **Self Konsep** (konsep Diri) siap menghadapi saingan dan siap bersaing dalam meningkatkan kompetensi antar pegawai
- h) **Concern For Public Image** (Perhatian untuk Citra Publik) dari komponen misi tersebut tetap menjaga nama Baik Perusahaan dalam hal ini Bank Sumsel Babel dan menonjolkan kreatifitas kepada masyarakat dan nasabah
- i) **Concern for employees** (perhatian untuk pegawai) dari komponen misi tersebut adalah memperhatikan karier dan memberikan financial kepada para pegawai sesuai dengan jenjang jabatan yang diembannya.

TUGAS IV
FAKTOR EKSTERNAL
ADVANTAGE DAN DISVANTAGE TERKAIT DENGAN VISI DAN
MISI PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH SUMATERA
SELATAN DAN BANGKA BELITUNG

No	ADVANTAGE	DISVANTAGE
1	Jika misi tersebut dapat berjalan dengan baik, maka akan banyak nasabah atau konsumen yang akan beraktifitas dalam melakukan transaksi keuangannya di Bank Sumsel Babel dan menjadi kepercayaan masyarakat sehingga tidak menimbulkan risiko hukum yang mengakibatkan kerugian dari masyarakat	Jika tidak ada lagi kepercayaan masyarakat kepada perusahaan dan banyaknya risiko hukum yang dilanggar, maka misi tersebut tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan berarti misi tersebut gagal
2	Misi yang dijalankan sejalan dengan zaman globalisasi, dimana semua produk yang dikeluarkan oleh Bank sumsel Babel telah berbasis teknologi	Dalam mengeluarkan produk terjadinya kegagalan teknologi
3	Dampak dari misi Bank Sumsel Babel berimbas juga pada perekonomian khususnya di daerah yang menjadi mitra Bank Sumsel Babel	Misi tidak membantu perekonomian masyarakat sekitar yang menjadi mitra Bank Sumsel Babel
4	Bank Sumsel Babel dapat memberikan sebagian keuntungannya dialokasikan untuk kepentingan sosial dalam bentuk pemberian Corporate Social Resposibility (CSR)	Tidak ada bantuan sosial yang diberikan oelh Bank Sumsel Babel dari keuntungannya
5	Ikut mendorong proses dalam meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat ke arah terbentuknya sistem politik nasional yang kondusif	Misi tidak mendukung dalam meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat sehingga sistem politik nasional tidak berjalan secara kondusif



Nama : Titin Andriani
Nim : 182510084/33 R 1
Program : Magister Manajemen
Tugas : Manajemen Strategik
Dosen Pengasuh : Rabin Ibnu Zainal, S.E.,M.SC.,Ph.D



Visi dan Misi Perusahaan

➤ Visi Perusahaan

Menjadi Perusahaan persemenan Internasional yang terkemuka di Asia Tenggara.

➤ Misi Perusahaan

1. Mengembangkan usaha persemenan dan industri terkait yang berorientasikan kepuasan konsumen
2. Mewujudkan perusahaan berstandar internasional dengan keunggulan daya saing dan sinergi untuk meningkatkan nilai tambah secara berkesinambungan.
3. Mewujudkan tanggung jawab social serta ramah lingkungan
4. Memberikan nilai terbaik kepada para pemangku kepentingan (stakeholders).
5. Membangun kompetensi melalui pengembangan sumber daya manusia

PT Semen Indonesia Tbk

Penilaian pernyataan misi perlu dilakukan untuk meyakinkan apakah misi yang selama ini menjadi landasan segala aktifitas perusahaan masih efektif atau tidak. Evaluasi misi ini perlu karena perubahan yang selalu terjadi baik internal maupun eksternal sehingga bisa jadi misi yang terdiri dari 9 komponen tersebut sudah tidak sesuai lagi dalam perkembangannya. Maka evaluasi misi dilakukan dengan menilai apakah misi meliputi 9 komponen atau tidak. Semakin lengkap komponen misi semakin efektif, sebaliknya semakin sedikit komponen yang dalam misi maka semakin tidak efektif pernyataan misi tersebut.

Analisis Visi PT Semen Indonesia Tbk:

Menjadi Perusahaan Persemenan Terkemuka di Indonesia dan Asia Tenggara.

No	Kriteria	Arti	Ya/tidak	Penjelasan
1	Succinct	Pernyataan visi harus singkat sehingga tidak lebih dari 3-4 kalimat.	Ya	Satu kalimat.
2	Appealing	Visi harus jelas dan memberikan gambaran tentang masa depan yang akan memberikan semangat pada customer, stakeholder dan pegawai.	ya	Sangat jelas.
3	Feasible	Visi yang baik harus bisa dicapai dengan resource, energi, waktu. Visi haruslah menyertakan tujuan dan objective yang stretch bagi pegawai.	ya	Terkemuka bisa diartikan pangsa pasar yang besar dan untuk 2012 pangsa pasarnya sudah diatas 40%.
4	Meaningful	Pernyataan visi harus bisa menggugah emosi positif pegawai namun tidak boleh menggunakan kata-kata yang mewakili sebuah emosi.	ya	
5	Measurable	Pernyataan visi harus bisa diukur sehingga dimungkinkan untuk melakukan pengukuran kinerja sehingga setiap pegawai bisa mengetahui apakah visi sudah bisa dicapai atau belum.	ya	Pangsa pasar dan kinerja keuangan bisa diukur tiap tahun.

Dari kriteria diatas , Pernyataan Visi Perusahaan PT Semen Indonesia Tbk. sudah memenuhi kriteria diatas sehingga tidak perlu ada perbaikan.

Analisis Misi PT Semen Indonesia Tbk:

No	Kriteria	Arti	Ya/ Tidak	Penjelasan
1	Simple and Clear	Pernyataan misi harus cukup diwakili oleh 2-3 pernyataan saja. Semua pernyataan tersebut harus sederhana dan jelas dimengerti serta tidak menggunakan jargon-jargon organisasi.	tidak	Ada 5 pernyataan.
2	Focus on the present	Pernyataan misi organisasi tidak boleh terlalu berorientasi pada masa depan sehingga kurang	ya	Tetap cocok untuk masa kini dan yang akan datang.

		bisa fokus pada kondisi organisasi di masa sekarang.		
3	Focus on the present	Pernyataan misi organisasi tidak boleh terlalu berorientasi pada masa depan sehingga kurang bisa fokus pada kondisi organisasi di masa sekarang.	ya	Tetap cocok untuk masa kini dan yang akan datang.
4	Easy to understand	Misi organisasi harus mudah dimengerti. Misi yang mudah dimengerti akan memudahkan mengkomunikasikan misi tersebut kepada anggota organisasi, stakeholder.	ya	Pernyataan misi yang ada terpisah-pisah dan jelas.

Faktor Eksternal yang mempengaruhi perusahaan dilihat dari visi dan misi perusahaan.

No	Advantage	Disadvantage
1.	Semakin meningkatnya teknologi sehingga perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk sehingga mampu bersaing di pasar.	Persaingan bisnis di industri yang sejenis cukup ketat.

Di tinjau dari 9 komponen Misi PT. Semen Indonesia, Tbk.

No	Aspek	Arti	Ya/tidak	Keterangan
1	Customer	Siapa pelanggan perusahaan ?	Tidak	-
2	Product	Apa produk baik barang atau jasa utama yang dihasilkan perusahaan	ya	Domestik dan internasional.
3	Market	secara geografis dimana perusahaan berkompetisi	ya	Domestik dan internasional.
4	Technology	apakah perusahaan menerapkan teknologi terbaru, teranggih? Atau teknologi apa yang digunakan	ya	Teknologi ramah lingkungan.
5	Perhatian akan keberlangsungan, pertumbuhan, dan profitabilitas	apakah perusahaan memiliki komitmen untuk keberlangsungan hidup, pertumbuhan dan keuangan yang baik?	Ya	Memberdayakan dan mensinergikan sumber daya yang dimiliki untuk meningkatkan nilai tambah secara berkesinambungan.
6	Filosofi	apa dasar-dasar kepercayaan, nilai, aspirasi, dan prioritas etika?	Ya	menjunjung tinggi etika bisnis dan semangat kebersamaan dan inovatif.
7	Konsep diri	apa kemampuan khusus atau	tidak	Tidak disebutkan secara

		keunggulan perusahaan yang dimiliki perusahaan?		khusus.
8	perhatian pada citra	apakah perusahaan responsive terhadap pemikiran social, masyarakat dan lingkungan?	ya	Menggunakan teknologi ramah lingkungan
9	Perhatian akan karyawan	apakah karyawan dianggap dan diperlakukan sebagai aset yang berharga bagi perusahaan?	ya	memberikan kontribusi dalam peningkatan kesejahteraan para pemangku kepentingan (stakeholders) meliputi karyawan.

Dari sembilan komponen Misi PT. Semen Indonesia Tbk. hampir memuat semua aspek yang terdapat pada sembilan komponen tersebut, komponen yang tidak terdapat pada misi perusahaan yaitu pelanggan dan teknologi, sedangkan komponen pasar justru tercantum pada visi perusahaan bukan di misi.

No.	Karakteristik Misi	Keterangan
1.	Luas dalam cakupan	Ya
2.	Panjang kalimat tidak lebih dari 250 kata	Ya
3.	Menginspirasi	Ya
4.	Mengidentifikasi kegunaan produk perusahaan	Tidak
5.	Menunjukkan bahwa perusahaan bertanggung jawab secara sosial	Ya
6.	Menunjukkan bahwa perusahaan bertanggung jawab secara lingkungan	Ya
7.	Memasukan sembilan komponen misi yang disebutkan sebelumnya.	Tidak
8.	Tak lekang oleh waktu	Ya

Memproduksi dan memperdagangkan semen dengan harga kompetitif dan produk terkait lainnya yang berorientasikan kepuasan konsumen domestik maupun internasional dengan menggunakan teknologi ramah lingkungan, mewujudkan manajemen berstandar internasional dengan menjunjung tinggi etika bisnis dan semangat kebersamaan dan inovatif, meningkatkan keunggulan bersaing dipasar domestik dan internasional memberdayakan dan mensinergikan sumber daya yang dimiliki untuk meningkatkan nilai tambah secara berkesinambungan, memberikan kontribusi dalam peningkatan kesejahteraan para pemangku kepentingan (stakeholders).

Analisa Manajemen Stratejik PT. Semen Indonesia (Persero), Tbk.

Hasil Analisa SWOT PT. Semen Indonesia

1. Analisis Strength

Lokasi Pabrik yang strategis memiliki SDM yang kompetitif dan berkualitas. Perseroan memiliki keunggulan dalam Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki kompetensi di bidang perekayasaan teknis dan jasa konsultasi dalam persemenan serta industri terkait. Memiliki jangkauan distribusi ke seluruh penjuru daerah pemasaran. PT Semen Indonesia mempunyai keunggulan distribusi yang didukung oleh lebih dari 20 unit penyangga disejumlah wilayah strategis diberbagai wilayah di indonesia, serta memiliki unit penyangga (pabrik) diluar negeri yaitu di Negara Vietnam.

Memiliki sumber dana dari Pemerintah Republik Indonesia. Sebagai salah satu BUMN di indonesia, tentunya pemerintah akan membantu pendanaan bagi kegiatan operasional perusahaannya.

2. Analisis Weakness

Kebijakan harga yang masjhh bergantung pada brain. Dimana ditentukan dari pergerakan harga setiap hari terdapat perbedaan pendapat untuk penentuan harga per sak karena PT Semen Indonesia (Persero) terbagi atas 3 Pabrk semen terbesar di Indonesia yaitu PT. Semen Gresik, PT. Semen padang, dan PT. Semen Tonasa.

3. Analisis Opportunity

Rencana Pembangunan pabrik baru. Pembangunan pabrik baru untuk mengantisipasi pertumbuhan permintaan semen nasional dan untuk mempertahankan pangsa pasar karena perseroan telah memaksimalkan utilasi pabriknya. Rencana pembangunan yang baru saja selesai yaitu pembangunan Pabrik Semen Tonasa V di Kabupaten Pangkajene.

4. Analisis Threats

Pertumbuhan ekonomi. Perekonomian Indonesia sudah membaik dari tahun ke tahun dan tentunya dapat berpengaruh pada perusahaan. Perkembangan politik yang tidak stabil hal ini dapat menyebabkan berkurangnya investor asing yang ia menanamkan modalnya dan hilangkan kepercayaan untuk bekerja sama Indonesia.

Nama : Achmad Murdiansyah
Nim : 182510101
Prodi : S2 Manajemen / Angkatan 33 / Regular A R1
MK : Manajemen Strategi
Dosen : Rabin Ibnu Zainal, S.E, M.Sc, Ph.D

VISI DAN MISI PT. INDOFOOD

VISI :

Menjadi Total Food Solutions Company

MISI :

- Untuk terus meningkatkan karyawan kami, proses kami dan teknologi kami.
- Untuk menghasilkan kualitas tinggi, inovatif,dan terjangkau
- Produk yang disukai oleh pelanggan.
- Untuk memastikan ketersediaan produk-produk kami kepada pelanggan domestik dan internasional.
- Untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat Indonesia dengan penekanan pada gizi.
- Untuk terus meningkatkan stakeholders 'value'.

❖ Visi dan Misi PT. Indofood sudah baik, salah satunya adanya pernyataan bahwa PT.Indofood akan menjadi total food solutions company ini terlihat memang banyak jenis – jenis produk yang di hasilkan oleh PT.Indofood.

❖ Formulanya :

1. Pelanggan

Seluruh masyarakat Indonesia dan ada beberapa negara luar

2. Produk dan Jasa

Jenis makanan

3. Pasar

Perusahaan bersaing di seluruh wilayah Indonesia dan beberapa negara luar.

4. Teknologi

Teknologinya yaitu berupa alat – alat yang di pakai sudah memenuhi standar dalam proses produksi.

5. Komitmen terhadap pertumbuhan, keuntungan atau stabilitas

Melayani semua masyarakat Indonesia dan beberapa negara luar yang membutuhkan beberapa jenis produk makanan yang di produksi perusahaan, perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari banyaknya penjualan produk, dan memberikan keuntungan kepada masyarakat berupa kemudahan dalam mencari dan mengkonsumsi produk makanan yang di hasilkan oleh perusahaan..

6. Konsep PT.Indofood

Kekuatan perusahaan yaitu banyaknya kerjasama dengan perusahaan – perusahaan lain dan Indofood sudah memiliki cabang di beberapa wilayah di Indonesia. Keunggulan perusahaan yaitu banyaknya jenis produk yang di hasilkan dan berkualitas sehingga bisa menarik konsumen untuk membelinya.

7. Komitmen Terhadap Image Masyarakat

Imaginya PT.Indofood mengeluarkan banyak jenis produk, berkualitas dan harga terjangkau.

8. Komitmen Terhadap Karyawan

Perlakuan PT.Indofood terhadap karyawan : Upah sesuai dengan standar, lembur di gaji, pendidikan dan pelatihan kepada karyawan terus di berikan agar karyawan semakin terampil,

9. Filosofi

Nilai PT.Indofood yang sangat melekat yaitu selalu memberikan kualitas produk terbaik untuk semua konsumennya

NAMA : AMELLYA
NIM : 182510085
MATA KULIAH : MANAJEMEN STRATEGIK
DOSEN : RABIN IBNU ZAINAL, S.E., M.Sc., Ph.D
PROGRAM STUDI MANAJEMEN - S2
UNIVERSITAS BINA DARMA

Tugas : Analisis Visi dan Misi

Tuliskan pendapat anda tentang visi dan misi perusahaan yang anda pilih.
Gunakan formula yang telah diberikan, dan kembangkan!

VISI MISI PT DANONE AQUA

Visi :

AQUA telah menjadi bagian dari keluarga sehat Indonesia lebih selama lebih dari 30 tahun. Sebagai pelopor air minum dalam kemasan sejak didirikan tahun 1973, kini AQUA menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari hidup sehat masyarakat Indonesia. Dulu dan kini, AQUA tetap dan selalu menjadi yang terbesar dan terdepan di Indonesia. Volume penjualan AQUA merupakan volume penjualan terbesar di dunia untuk kategori air mineral.

Misi:

AQUA selalu ingin melakukan program untuk menyehatkan konsumen Indonesia, diantaranya program AKSI (AQUA untuk Keluarga Sehat Indonesia) dan AuAI (AQUA untuk Anak Indonesia).

Pernyataan Visi PT DANONE AQUA :

Menjadi yang terbesar dan terdepan di Indonesia dengan volume penjualan terbesar di dunia untuk kategori air mineral.

Formula Misi:

Berdasarkan keyakinan fundamental :

1. Produk dan layanan dapat memberikan manfaat setidaknya sama dengan harganya

AQUA diminati oleh masyarakat yang membutuhkan air mineral botol yang bersih. AQUA mengandung komposisi mineral alami yang kaya nutrisi seperti kalsium, magnesium, potasium, zat besi dan sodium. AQUA selalu ingin melakukan program untuk menyehatkan konsumen Indonesia, diantaranya program AKSI (AQUA untuk Keluarga Sehat Indonesia) dan AuAI (AQUA untuk Anak Indonesia)

2. Produk dan layanan dapat memuaskan pelanggan

Saat ini, seluruh pabrik AQUA telah memenuhi standar produksi yang dibutuhkan, guna menghasilkan air minum terbaik bagi keluarga anda.

3. Teknologi akan memberikan harga kompetitif

Produksi pertama AQUA diluncurkan dalam bentuk kemasan botol kaca ukuran 950 ml dengan harga jual Rp 75,-, hampir dua kali lipat harga bensin yang ketika itu bernilai Rp 46,- untuk satu liter. Pada tahun 1995, AQUA menjadi pabrik air mineral pertama yang menerapkan sistem produksi *in line* di pabrik Mekarsari. Pemrosesan air dan pembuatan kemasan AQUA yang baru dibuat dapat segera diisi air bersih di ujung proses produksi, sehingga proses produksi menjadi lebih higienis dan ekonomis.

4. Dengan kerja keras bisnis dapat tumbuh dan menguntungkan

AQUA melakukan langkah strategis untuk bergabung dengan Group DANONE, yang merupakan salah satu kelompok perusahaan air minum dalam kemasan terbesar di dunia dan ahli dalam nutrisi. Langkah ini berdampak pada peningkatan kualitas produk, market share, dan penerapan teknologi pengemasan air terkini. Di bawah bendera DANONE-AQUA, kini AQUA memiliki lebih dari 1.000.000 titik distribusi yang dapat diakses oleh pelanggannya di seluruh Indonesia.

5. Filosofi manajemen akan menghasilkan citra publik yang menguntungkan

AQUA adalah merk dengan penjualan terbesar di Indonesia dan merupakan salah satu merk AMDK yang paling terkenal di Indonesia, sehingga telah menjadi seperti merk generik untuk AMDK, yang mana setiap anda pergi ke warung-warung untuk beli air minum dalam kemasan pasti selalu berkata “beli AQUA gelas/botol” yang belum tentu sama pemilik warung memberikan dengan merek AQUA.

6. Konsep diri wirausaha dapat dikomunikasikan dan diadopsi karyawan dan pemegang saham

DANONE AQUA adalah salah satu perusahaan produksi air mineral yang terbesar di Indonesia karena PT. DANONE AQUA memiliki standar kualitas dan kuantitas air mineral yang sangat baik untuk dikonsumsi oleh manusia.

Demikian hasil analisa saya atas PT DANONE AQUA, salah satu perusahaan air minum dalam kemasan di Indonesia.

VISI DAN MISI SMP YWKA PALEMBANG

A. VISI

“Rumah Idaman Asuh Potensi Si Teladan”.

Rumah : Nyaman, hangat, betah, tegas tapi tak kaku, rileks

Idaman : Bersih, indah, berwibawa, memenuhi harapan

Asuh : Membimbing, mendidik, memandu, memimpin, mengawasi, mengembangkan

Potensi : Kekuatan, bakat, peluang, minat

Si Teladan : Menjadi contoh, panutan di masyarakat, disiplin, memiliki jiwa sosial, menjadi kebanggaan

B. MISI

1. Menghasilkan peserta didik yang Beriman , Bertaqwa dan Barakhlak Mulia.
2. Menghasilkan peserta didik yang berprestasi, dalam bidang Akademik dan Non Akademik
3. Mengembangkan Budaya dan penyaluran Bakat dan Minat melalui kegiatan ekstrakurikuler
4. Menciptakan lingkungan sekolah dan sarana prasarana yang kondusif untuk terwujudnya sekolah sebagai komunitas belajar
5. Meningkatkan peran serta masyarakat dalam pengembangan pendidikan

Menurut saya, visi dan misi diatas sudah baik dan memiliki keterikatan antara visi dan misi

Nama : Derta Bela Sanjaya
NIM : 182510079
Prodi : S2 Manajemen / Angkatan 33 / Regular A R1
MK : Manajemen Strategi
Dosen : Rabin Ibnu Zainal, S.E, M.Sc, Ph.D

Analisis Visi dan Misi PT Frisian Flag Indonesia

PT Frisian Flag Indonesia berkomitmen untuk senantiasa menghasilkan produk-produk susu bergizi yang dapat terjangkau oleh semua kalangan masyarakat dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dengan cara membina hubungan baik dengan pelanggan sebagai perwujudan dari visi dan misi perusahaan.

PT Frisian Flag Indonesia mempunyai visi untuk menjadi merek pemimpin dalam bidang nutrisi berbahan dasar susu dengan produk-produk dan format produk berkualitas yang terjangkau untuk pelanggan diseluruh di Indonesia.

Untuk mewujudkan semua itu, PT. Frisian Flag Indonesia mempunyai beberapa misi, yaitu:

1. Memerangi Kekurangan Gizi
2. Mengembangkn standar di bidang peternakan sapi perah yang bertanggung jawab.
3. Menjadi nomor satu dalam pasar susu secara keseluruhan.
4. Menstimulasi konsumsi produk susu secara aktif dan mencapai pertumbuhan yang lebih cepat di bidang-bidang penting pada pasar produk susu dibandingkan dengan para kompetitor di bidang tersebut.
5. Memperkuat posisi “merek yang disukai”, dipikirkan para pelanggan susu di seluruh Indonesia.

6. Mempunyai karyawan yang berkompetisi dan berdedikasi di semua tingkat dan memiliki *succession planning* untuk memastikan agar perusahaan dapat terus berkembang.

Disamping itu, PT Frisian Flag Indonesia mempunyai nilai-nilai perusahaan, yaitu dapat diandalkan (*reliable*), berdedikasi tinggi (*dedicated*), dan selalu berusaha memberi yang terbaik (*excellence*) senantiasa dipegang teguh di hati dan pikiran para karyawan agar terus fokus dan mencapai yang terbaik.

PT Frisian Flag Indonesia memiliki komitmen untuk memproduksi susu dengan kualitas yang baik dan bernutrisi tinggi serta memberikan pelayanan bagi konsumen dengan mitra usaha dan selalu berupaya mendukung perbaikan tingkat gizi masyarakat Indonesia melalui penyediaan produk-produk susu berkualitas tinggi. Selain itu tujuan perusahaan ini adalah untuk menjadi perusahaan yang unggul serta selalu menghasilkan dan menyediakan produk yang dapat memenuhi hidup sehat, nyaman, dan penuh nutrisi bagi semua masyarakat. Cara yang dilakukan adalah dengan meningkatkan kesadaran sebagai perusahaan yang berkualitas tinggi dalam hal nutrisi, mengkomunikasikan kepada industri bisnis bahwa perusahaan ini adalah perusahaan yang menghasilkan produk yang berkualitas dan bernutrisi serta membentuk dan memelihara budaya Keluarga Bendera (internal perusahaan).

Nama : Dewi Puspita sari
Nim : 182510083
Prodi : S2 Manajemen / Angkatan 33 / Regular A R1
MK : Manajemen Strategi
Dosen : Rabin Ibnu Zainal, S.E, M.Sc, Ph.D

VISI DAN MISI HERMINA HOSPITAL GROUP

- ❖ Visi dan Misi Hermina Hospital Group sudah cukup baik, karena di visi dan misinya menyatakan upaya pelayanan yang baik terhadap pasien
- ❖ Formulasinya :
 1. Pelanggan
Semua orang sakit di wilayah Palembang / wilayah cakupannya
 2. Produk dan Jasa
Jasa pelayanan kesehatan yang diutamakan. Dan produknya berupa alat – alat kesehatan yang di gunakan sudah standar.
 3. Pasar
Perusahaan bersaing di Palembang
 4. Teknologi
Teknologinya yaitu berupa alat – alat yang di pakai sudah memenuhi standar.
 5. Komitmen terhadap pertumbuhan, keuntungan atau stabilitas
Melayani semua pasien yang membutuhkan pelayanan kesehatan di RS hermina, RS pun akan mendapatkan keuntungan dari pembayaran biaya berobat pasien, dan memberikan keuntungan kepada pasien berupa kesehatan / kesembuhan terhadap pasien dari penyakitnya.
 6. Konsep HHG
Kekuatan HHG yaitubanyaknya para dokter penanam saham yang mampu memasok pasien ke RS
Keunggulan HHG yaitu di pelayanan kesehatan ibu dan anak dengan adanya terapi anak berkebutuhan khusus yang belum di miliki oleh RS lain dengan karyawan yang sesuai jurusan dan para karyawannya selalu pelatihan dari pusat baik perawat, fisioterapi dll.

7. **Komitmen Terhadap Image Masyarakat**
Imaginya HHG mempunyai karyawan terlatih, sesuai jurusan dan tempat yang unik untuk terapi anak berkebutuhan khusus.
8. **Komitmen Terhadap Karyawan**
Perlakuan HHG terhadap karyawan : Upah sesuai dengan standar, lembur di gaji, pendidikan dan pelatihan kepada karyawan terus di berikan agar karyawan semakin terampil, makan untuk karyawan di jamin oleh RS.
9. **Filosofi**
Nilai HHG yang sangat melekat yaitu selalu mengutamakan pelayanan kepada pasien dan pasien merupakan aset RS.

**ANALISIS VISI DAN MISI
DAN FAKTOR EKSTERNAL YANG MEMPENGARUHI VISI DAN MISI
PT TUNAS BARU LAMPUNG,Tbk**



DISUSUN OLEH :

EKA JUHITA

(182510086)

Dosen Pengampuh : Rabin Ibnu Zainal, S.E, M.Sc, Ph.D

Mata Kuliah : Manajemen Strategik

Angkatan : 33 / ARI

PROGRAM PASCA SARJANA MANAJEMEN

UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG

2019

PT TUNAS BARU LAMPUNG, Tbk

Visi

- Menjadi produsen minyak goreng nabati dan turunannya yang terintegrasi penuh dengan biaya produksi yang rendah dan ramah lingkungan.

Misi

- Mencari dan mengembangkan peluang pertumbuhan yang terintegrasi di bisnis inti kami dengan tetap menjaga pengeluaran biaya yang terkontrol.
- Ikut berpartisipasi dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar bisnis unit.
- Menjaga dan mempromosikan standar lingkungan hidup yang baku di dalam segala aspek pengembangan, produksi serta pengolahan dengan menerapkan standar GMP dan GAP.
- Mengembangkan tim manajemen yang professional yang berintegritas tinggi dan didukung oleh sumber daya manusia yang terampil dan termotivasi.

1. ANALISIS VISI PT TUNAS BARU LAMPUNG, Tbk

No	VISI	KOMPONEN VISI					HASIL ANALISIS
		1	2	3	4	5	
1	Menjadi produsen minyak goreng nabati dan turunannya yang terintegrasi penuh dengan biaya produksi yang rendah dan ramah lingkungan	√	√	√	√	√	Visi yang ditetapkan telah memenuhi seluruh komponen

KETERANGAN : KOMPONEN VISI MELIPUTI

1. SUCCINT
2. APPEALING
3. FEASIBLE
4. MEANINGFUL
5. MEASURABLE

√ = GOOD (SESUAI KRITERIA)

X = FAILED (TIDAK SESUAI KRITERIA)

2. ANALISIS MISI PT TUNAS BARU LAMPUNG, Tbk

NO	MISI	KOMPONEN MISI									HASIL ANALISIS
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	Mencari dan mengembangkan peluang pertumbuhan yang terintegrasi di bisnis inti kami dengan tetap menjaga pengeluaran biaya yang terkontrol					√	√		√		No. 5 Concern For Survival, Growth, and Profitability NO.6 Philosophy No.8 Concern For Public Image
2	Ikut berpartisipasi dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar bisnis unit	√							√		No.1 Customer No.8 Concern For Public Image
3	Menjaga dan mempromosikan standar lingkungan hidup yang baku di dalam segala aspek pengembangan, produksi serta pengolahan dengan menerapkan standar GMP dan GAP		√		√			√			No.2 Product and Service No.7 Self Concept No.4 Technology
4	Mengembangkan tim manajemen yang professional yang berintegritas tinggi dan didukung oleh sumber daya manusia yang terampil dan termotivasi						√		√	√	No.9 Concern For Employees No.8 Concern For Public Image NO.6 Philosophy

Dari kesembilan komponen misi, PT Tunas Baru Lampung, Tbk memenuhi 8 Aspek komponen yaitu customer, product and service, Technology, Concern For Survival, Growth, and Profitability, Philosophy, Self concept, Concern For Public Image, dan Concern For Employees. Untuk komponen market tidak ada tercantum baik di visi maupun misi pada PT.Tunas Baru Lampung, Tbk

3. KESIMPULAN : Terdapat keterkaitan antara Visi dengan Misi yang dibuat pada PT Tunas Baru Lampung, Tbk

4. Faktor-faktor Internal mempengaruhi pencapaian visi dan misi PT TUNAS BARU LAMPUNG, Tbk

NO	FAKTOR-FAKTOR INTERNAL	STRENGTH	WEAKNESS
1	Service	-	-
2	Marketing - Pricing - Product - Place - Promotion - People - Process - Physical Evidence	- - Banyak Variasi Produk yang dihasilkan - Kedekatan dengan Pelabuhan di Lampung, yang bersebelahan dengan fasilitas utama produksi - - - - - - -	- - Benih/ bibit unggul masih kurang diakses oleh pekebun - - Promosi yang belum efisien - - - -
3	Personalia	- SDM yang handal dan Terlatih	-
4	Distribusi	-	-
5	Manajemen	- SOP yang jelas - Jaminan Asuransi Kesehatan Pekerja - Menyempurnakan Perseroan sesuai dengan Prinsip - prinsip Tata Kelola Perusahaan yang baik	-
6	Keuangan	- Sistem keuangan yang sistematis dan Akuntabilitas - Membiayai Operasional & Ekspansi Perseroan dengan pembiayaan yang murah	-
7	Distribusi	- Letak Pabrik yang dekat dengan pelabuhan menyebabkan kemudahan dalam pendistribusian	-
8	Penelitian dan Pengembangan	- Memaksimalkan kualitas dari Crude Palm Oil dan produk turunannya	-

		- Memaksimalkan rendemen dari Pabrik Kelapa Sawit	
--	--	---	--

5. Faktor-faktor Eksternal mempengaruhi pencapaian visi dan misi PT TUNAS BARU LAMPUNG, Tbk

NO	FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL	OPPORTUNITY	THREATS
1	Politik	-	- Polemik Politik yang tidak stabil
2	Ekonomi	- Adanya pangsa pasar ekspor baru	- Pengaruh ekonomi global
3	Teknologi		
4	Pemerintah	- Adanya kebijakan Pemerintah tentang ekspor komoditas dan penentuan tarif dalam ekspor yang jelas sehingga pungutan liar tidak terjadi lagi - Adanya dukungan kebijakan pemerintah pusat, provinsi, dan kabupatendalam rangka meningkatkan produksi dan produktifitas perkebunan - Adanya Prinsip dan kriteria RSPO & ISPO dari Pemerintah	- Kebijakan Pemerintah tentang Adanya kebijakan ekspor komoditas dan penentuan tarif dalam ekspor yang kadang-kadang lebih mahal menyebabkan Perusahaan harus memangkas biaya lebih
5	Lingkungan dan Sosial	-	- Pemakaian Bahan Kimia di Kebun yang dapat menyebabkan Kerusakan Lingkungan - Pengelolaan Air Limbah yang kurang Efisien dan tepat
6	Konsumen	-	- Prilaku konsumen yang lebih memilih barang luar negeri

TUGAS 2

ANALISIS VISI DAN MISI PT. SAMATOR GROUP



Disusun Oleh :

NAMA : IMA MARDIANA

NIM : 182510104

Dosen Pengampuh : Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph.D

Mata Kuliah : Manajemen Strategik

Angkatan : 33 / ARI

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG
TAHUN 2019**

PT. SAMATOR GROUP

Tugas :

Tuliskan pendapat anda tentang visi dan misi perusahaan yang anda pilih. gunakan formula yang telah diberikan, dan kembangkan.

Jawaban :

- **Analisis Pernyataan Visi PT Samator Group:**

Visi : Menjadi perusahaan yang paling diidamkan, terus tumbuh dan berkembang dengan mendayagunakan sumber daya alam yang memberikan manfaat bagi kehidupan.

No	Komponen	Ya/Tidak	Penjelasan
1	Succinct	Ya	Ada 1 Kalimat
2	Appealing	Ya	Menjadi perusahaan yang paling diidamkan, terus tumbuh dan berkembang dengan mendayagunakan sumber daya alam yang memberikan manfaat bagi kehidupan.
3	Feasible	Ya	Menjadi perusahaan yang paling diidamkan, terus tumbuh dan berkembang dengan mendayagunakan sumber daya alam yang memberikan manfaat bagi kehidupan.
4	Meaningful	Ya	Menjadi perusahaan yang paling diidamkan, terus tumbuh dan berkembang.
5	Measurable	Ya	Mendayagunakan sumber daya alam yang memberikan manfaat bagi kehidupan.

- **Analisis Pernyataan Misi PT Samator Group dengan sembilan komponen:**

Misi :

- Memberikan yang terbaik bagi pemangku kepentingan.
- Memperluas wilayah usaha dan mengembangkan produk layanan serta teknologi.
- Berintegritas dan berkomitmen terhadap kualitas, Health dan Safety Environment dan Tata kelola Perusahaan.
- Meningkatkan TCS (Total Customer Solution).

1. Konsumen (Customer) : Industri gas, industri kimia, industri kesehatan, otomotif, engineering procurement and construction (EPC), dan properti.
2. Produk dan Jasa (Product and service) :
Produk : Oksigen (O₂) dan Nitrogen (N₂)
Jasa : Purgung dan Pressure test pakai nitrogen jika relasi lagi overhole.
Pengisian tabung gas oksigen.
3. Pasar (Market) : Diseluruh kawasan indonesia
4. Teknologi (Tecnology) : Automatis dan manual sistem control
5. Fokus pada kelangsungan hidup, pertumbuhan, dan profitabilitas (Concern for survival, growth and profitability) : Iya, karena perusahaan saling membantu dengan perusahaan lain yang tersebar diseluruh indonesia.
6. Filosofi (Phylosophy) :
 - Profesionalisme (Professionalism)
 - Kebajikan / Budi Luhur (Righteousness)
 - Inovasi (Innovation)
 - Keanekaragaman / Bhinneka Tunggal Eka (Diversity)
 - Wirausaha (Entrepreneurship).
7. Konsep diri (self consept) : Iya, keunggulan terletak pada kualitas produk nitrogen dan oksigen.
8. Fokus pada citra publik (concern for public image): Iya
9. Fokus pada karyawan (concern for employees) : Iya, karena tanpa karyawan yang handal khususnya bidang produksi perusahaan tidak bisa berjalan sebagaimana mestinya/ tidak normal.

TUGAS MATA KULIAH MANAJEMEN STRATEGI

Nama : Jaya Sempurna
NIM :182510102
Kelas : R1
Angkatan : 33

Visi dan Misi Perusahaan PT Gajah Tunggal, Tbk

Visi

Menjadi Good Corporate Citizen dengan posisi keuangan yang kuat, pemimpin pasar di Indonesia, dan menjadi perusahaan produsen ban yang berkualitas dengan reputasi global.

Misi

Menjadi produsen yang memimpin dan terpercaya sebuah portfolio produk ban yang optimal, dengan harga yang kompetitif dan kualitas yang unggul di saat yang sama terus meningkatkan ekuitas merek produk kami, melaksanakan tanggung jawab sosial kami, dan memberikan profitabilitas/ hasil investasi kepada para pemegang saham serta nilai tambah untuk semua *stakeholder* perusahaan.

Dari visi dan misi di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat keterkaitan antara visi dan misi yaitu pada visi terdapat pernyataan menjadi good corporate citizen, pemimpin pasar di Indonesia. Pada misi juga dinyatakan menjadi produsen yang memimpin dan terpercaya.
2. Analisis pernyataan visi.

No	Kriteria	Arti	Ya/Tidak	Penjelasan
1	Succinct	Pernyataan Visi harus singkat sehingga tidak lebih dari 3-4 kalimat	Ya	Ada 1 Kalimat
2	Appealing	Visi harus jelas dan memberikan gambaran masa depan yang akan memberikan semangat pada customer,	Ya	Menjadi Good Corporate Citizen dengan posisi keuangan yang kuat, pemimpin pasar di Indonesia, dan menjadi perusahaan produsen

		stakeholder dan pegawai		ban yang berkualitas dengan reputasi global
3	Feasible	Visi yang baik harus dicapai dengan resource, energi, waktu. Visi harus menyertakan tujuan dan objektif yang stretch bagi pegawai	Ya	Menjadi Good Corporate Citizen dengan posisi keuangan yang kuat, pemimpin pasar di Indonesia, dan menjadi perusahaan produsen ban yang berkualitas dengan reputasi global
4	Meaningful	Pernyataan Visi harus bisa menggugah emosi positif pegawai namun tidak boleh menggunakan kata kata yang mewakili sebuah emosi	Ya	Ketiga tujuan pada visi di atas dapat menggugah emosi positif pegawai untuk mencapainya.
5	Measurable	Pernyataan visi harus bisa diukur sehingga dimungkinkan untuk melakukan pengukuran kinerja sehingga setiap pegawai bisa mengetahui apakah sebuah visi sudah dicapai atau belum	Ya	Posisi keuangan yang kuat dapat diukur dari laporan keuangan tahunan perusahaan

Dari 6 Kriteria di atas, visi perusahaan PT Gajah Tunggal, Tbk sudah memenuhi semua kriteria.

3. Analisis Pengaruh Misi ditinjau dari 9 komponen:

No	Aspek	Arti	Ada/Tidak	Keterangan
1	Customer	Siapa pelanggan perusahaan	Tidak	-
2	Product	Apa produk utama perusahaan	Ada	Ban
3	Market	Secara geografis dimana perusahaan bersaing	Tidak	Tercantum di visi perusahaan

4	Teknologi	Apakah perusahaan menggunakan teknologi terkini	Tidak	-
5	Kepedulian terhadap kelangsungan hidup, pertumbuhan, dan profitabilitas	Apakah perusahaan memiliki komitmen untuk pertumbuhan dan kesehatan finansial	Ada	Terus meningkatkan ekuitas merek produk kami, memberikan profitabilitas/ hasil investasi kepada para pemegang saham serta nilai tambah untuk semua <i>stakeholder</i> perusahaan
6	Filosofi	Apa keyakinan dasar, nilai-nilai, aspirasi, dan prioritas etika	Ada	Produsen terpercaya
7	Konsep diri	Apa kemampuan khusus perusahaan atau daya saing dan keunggulan utama	Ada	Harga kompetitif dan produk unggul
8	Kepedulian terhadap citra	Apakah perusahaan tanggap terhadap masalah sosial, komunitas, dan lingkungan	Ada	Melaksanakan tanggung jawab sosial kami
9	Kepedulian terhadap karyawan	Apakah karyawan dianggap sebagai aset yang berharga bagi perusahaan	Ada	Nilai tambah untuk semua <i>stakeholder</i> (termasuk karyawan)

Dari sembilan komponen misi, Misi PT Gajah Tunggal, Tbk hampir memuat semua aspek yang terdapat pada sembilan komponen tersebut. Komponen yang tidak terdapat pada misi perusahaan yaitu pelanggan dan teknologi, sedangkan komponen pasar justru tercantum pada visi perusahaan bukan di misi.

4. Faktor eksternal yang mempengaruhi perusahaan dilihat dari visi dan misi perusahaan

No	Advantage	Disadvantage
1	Semakin meningkatnya teknologi sehingga perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk sehingga mampu bersaing di pasar	Persaingan bisnis di industri yang sejenis cukup ketat

2	Penjualan kendaraan bermotor setiap tahun semakin meningkat mengakibatkan kebutuhan akan ban kendaraan juga meningkat	Perilaku konsumen dalam negeri yang lebih menyukai barang-barang ekspor
3	Pangsa pasar di luar negeri terbuka untuk perusahaan	Kurs mata uang dolar terhadap rupiah yang tidak menentu
4	Banyaknya perusahaan asing yang tertarik untuk bekerja sama	Aturan pemerintah tentang pajak barang
5	Adanya lembaga keuangan yang siap memberikan pinjaman dalam rangka memperluas ekspansi perusahaan	Aturan pemerintah tentang CSR menambah biaya yang dikeluarkan perusahaan

NAMA : Michael Jackson
NIM : 182510075
KELAS : R1 33
MK : Manajemen Strategik
PRODI : Manajemen S2
DOSEN : Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph.D.

GRAB

Perusahaan Grab telah bertransformasi menjadi sebuah perusahaan teknologi mobile terbesar di Asia Tenggara yang menghubungkan jutaan pelanggan dengan jutaan mitra pengemudi, merchant, dan juga bisnis.

Grab ingin mengatasi masalah terbesar yang ada seperti ketimpangan akses, ketertinggalan infrastruktur, juga kesenjangan pendapatan.

Visi dan Misi Grab

Mendukung kemajuan Asia Tenggara
Mulai dari mitra Pengemudi, Merchant, agen, Mitra Pengiriman,
Startup, Grab menyediakan kesempatan mendapat penghasilan
berupa di mana saja.
Membuat layanan finansial yang bisa diakses melalui
produk pinjaman dan asuransi.
Sebagai aplikasi andalan setiap hari, memberikan akses
dengan kualitas lebih aman dan membantu semua
orang.