

**PERBEDAAN *CORPORATE VISIONING* ANTARA INDUSTRI
KECIL DAN MENENGAH DI KOTA SURAKARTA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh :

Adi Nugroho Dewanto

NPM : 06 03 16024

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2010**

SKRIPSI

**PERBEDAAN *CORPORATE VISIONING* ANTARA INDUSTRI
KECIL DAN MENENGAH DI KOTA SURAKARTA**

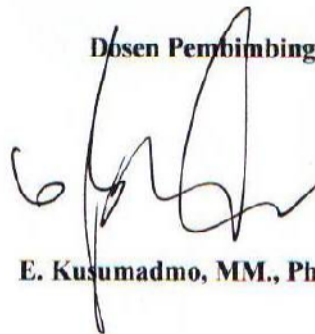
Disusun Oleh :

Adi Nugroho Dewanto

NPM : 06 03 16024

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



E. Kusumadmo, MM., Ph.D.

Tanggal 14 November 2010

SKRIPSI

PERBEDAAN *CORPORATE VISIONING* ANTARA INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH DI KOTA SURAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

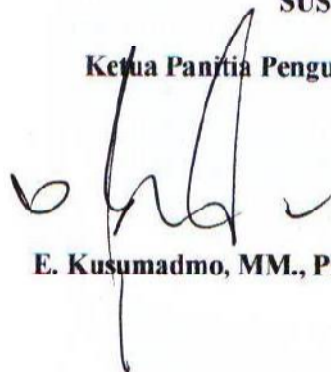
Adi Nugroho Dewanto

NPM : 06 03 16024

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 10 Desember 2010
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



E. Kusumadmo, MM., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



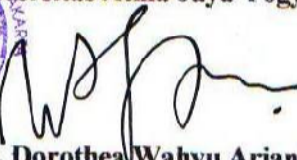
Ign. Sukirno, Drs., MS.



A.M. Rosa Widjojo, Dra., MBA.

Yogyakarta, 10 Desember 2010

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. Dorothea Wahyu Ariani, MT.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PERBEDAAN *CORPORATE VISIONING* ANTARA INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH DI KOTA SURAKARTA

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, November 2010

Yang menyatakan



Adi Nugroho Dewanto

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah atas segala berkat, rahmat, serta penyertaannya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Perbedaan *Corporate Visioning* Antara Industri Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Banyak kesulitan dan hambatan yang penulis alami dalam menyelesaikan skripsi ini, namun berkat bantuan dan dorongan moril dari berbagai pihak, maka penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Kiranya merupakan waktu dan tempat yang tepat untuk menyampaikan terima kasih dan penghormatan yang tulus dan mendalam kepada:

1. Bapak E. Kusumadmo, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan serta memberikan kritik dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staf/karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Pimpinan dan manajer perusahaan manufaktur di kota Surakarta, terima kasih atas bantuan yang telah bapak/ibu berikan.
4. Papa dan mama tercinta, terima kasih karena engkau tidak pernah lelah membimbing, memberi perhatian, kasih dan sayang kepadaku selama ini.
5. Saudara-saudaraku semua, terima kasih atas dukungan lakian selama ini, hingga aku tidak mudah untuk menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman angkatan 2006 Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya, ayo kita selesaikan tugas kita.
7. Teman-temanku di Surakarta, terima kasih atas kebersamaan yang telah kita bangun selama ini.

8. Serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan yang telah diberikan.

Penulis menyadari sepenuhnya atas segala kelemahan dan kekurangan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan informasi bagi pembaca.

Yogyakarta, November 2010

Penulis

Adi Nugroho Dewanto

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Menjadi Bijaksana Merupakan Suatu Hal Yang Utama, Untuk
Menjadi Bijaksana Dapat Dilakukan Dengan Menambah
Wawasan”

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

Kedua Orang tuaku tercinta
Saudara-saudaraku terkasih
Semua orang yang menyayangiku

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Motto Dan Persembahan	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Lampiran	xii
Intisari	xiii
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Sistematika penulisan	6
BAB II Landasan Teori	8
2.1. Definisi Visi	8
2.2. Misi	10
2.3. Perbandingan Antara Visi dan Misi	13
2.3.1. Perbedaan Misi dan Visi	13
2.3.2. Peran Visi dan Misi	14
2.4. Menyusun Visi	15
2.5. Kriteria Sebuah Visi	17
2.6. Strategi Menentukan Visi	17
2.7. Merumuskan Visi dan Misi yang Efektif	20

2.8. Evaluasi Visi Perusahaan	24
BAB III Metode Penelitian	27
3.1. Desain Penelitian	27
3.2. Populasi dan Sampel.....	27
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4. Metode Pengukuran Data.....	29
3.5. Metode Analisis Data.....	30
BAB IV Analisis Data	33
4.1. Profil Responden.....	33
4.2. Analisis Data.....	34
4.2.1. Definisi Visi	35
4.2.2. Fungsi Dari Cara Pandang (<i>Vision</i>).....	43
4.2.3. Saat Kapan Cara Pandang (<i>Vision</i>) Dikembangkan	47
4.2.4. Dimana Cara Pandang (<i>Vision</i>) Dikembangkan.....	49
4.2.5. Daya Tanggap dan Keterlibatan dalam Pengembangan Cara Pandang Jangka Panjang (<i>Vision</i>)	49
4.2.6. Bagaimana Cara Digunakan Untuk Mengembangkan <i>Vision</i>	56
BAB V Penutup	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Implikasi Manajerial	69
5.3. Saran	70
Daftar Pustaka	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	34
Tabel 4.2. Cara Pandang (<i>Vision</i>) Organisasi Dituliskan Dengan Jelas Dalam Organisasi	35
Tabel 4.3. Cara Pandang (<i>Vision</i>) Organisasi Ditegakkan/Diterapkan/ Diwujudkan.....	36
Tabel 4.4. Cara Pandang (<i>Vision</i>) Organisasi Dituliskan.....	37
Tabel 4.5. Strategi Dalam Jangka Panjang (<i>Vision</i>) yang Lebih Difokuskan Oleh Organisasi.....	37
Tabel 4.6. Dampak Dari Penerapan <i>Vision</i> yang Dilakukan Oleh Organisasi.....	38
Tabel 4.7. Organisasi Menentukan Tujuan Jangka Panjang (<i>Vision</i>) Dengan Jelas.....	39
Tabel 4.8. Organisasi Membutuhkan Beberapa Ide Pendekatan yang Akan Digunakan Berkaitan Dengan Cara Pandang Masa Depan (<i>Vision</i>).....	39
Tabel 4.9. Organisasi Membutuhkan Pemimpin yang Memiliki Pengetahuan Bagaimana Cara Memimpin yang Baik.....	40
Tabel 4.10. Organisasi Membutuhkan Strategi yang Intens	41
Tabel 4.11. Strategi Kepemimpinan Jangka Panjang Ditegakkan/Diterapkan/ Diwujudkan Dalam Organisasi.....	41
Tabel 4.12. Tujuan Atau Strategi Pimpinan Dituliskan.....	42
Tabel 4.13. Fungsi Dari Cara Pandang (<i>Vision</i>)	43
Tabel 4.14. Dalam Situasi Seperti Apa Perusahaan Anda Mengembangkan Perencanaan Jangka Panjang (<i>Vision</i>)	47
Tabel 4.15. Sejak Kapan Perusahaan Anda Mengembangkan Perencanaan Jangka Panjang (<i>Vision</i>).....	48
Tabel 4.16. Dimana Cara Pandang (<i>Vision</i>) Dikembangkan	49
Tabel 4.17. Siapa Yang Mengembangkan Cara Pandang Jangka Panjang (<i>Vision</i>) Dalam Perusahaan.....	50

Tabel 4.18.	Siapa Pihak Internal Yang Terlibat Dalam Mengembangkan Cara Pandang Jangka Panjang (<i>Vision</i>) Perusahaan.....	51
Tabel 4.19.	Siapa Pihak Eksternal Yang Terlibat Dalam Mengembangkan Cara Pandang Jangka Panjang (<i>Vision</i>) Perusahaan	52
Tabel 4.20.	Siapa Pihak Internal Perusahaan Yang Responsif Dalam Mengembangkan Cara Pandang Jangka Panjang (<i>Vision</i>) Perusahaan	53
Tabel 4.21.	Siapa Pihak Eksternal Yang Responsif Dalam Mengembangkan Cara Pandang Jangka Panjang (<i>Vision</i>) Perusahaan	54
Tabel 4.22.	Fasilitator Yang Terlibat Dalam Proses Pengembangan Perusahaan	55
Tabel 4.23.	Latar Belakang Pendidikan Fasilitator yang Terlibat Dalam Proses Pengembangan Perusahaan.....	55
Tabel 4.24.	Bagaimana Cara Digunakan Untuk Mengembangkan <i>Vision</i> Dalam Perusahaan.....	56
Tabel 4.25.	Bagaimana Perusahaan Anda Menggambarkan Proses Pengembangan (<i>Vision</i>) Dalam Perusahaan	57
Tabel 4.26.	Apakah Proses Pengembangan (<i>Vision</i>) Berjalan Secara Berkelanjutan	58
Tabel 4.27.	Teknik Yang Digunakan Untuk Mendukung Proses Cara Pandang Perusahaan (<i>Vision</i>)	58
Tabel 4.28.	Teknik Yang Digunakan Untuk Mendukung Proses Cara Pandang Perusahaan (<i>Vision</i>) Selanjutnya.....	59
Tabel 4.29.	Faktor Yang Dipertimbangkan Sebelum Cara Pandang Perusahaan (<i>Vision</i>) Diformulasikan (Eksternal).....	60
Tabel 4.30.	Faktor Yang Dipertimbangkan Sebelum Cara Pandang Perusahaan (<i>Vision</i>) Diformulasikan (Internal)	61
Tabel 4.31.	Faktor Yang Dipertimbangkan Penanam Modal/Pemegang Saham Sebelum Cara Pandang Perusahaan (<i>Vision</i>) Diformulasikan	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Analisis Deskriptif
Lampiran	III	Analisis <i>Chi Square</i> “Definisi Visi”
Lampiran	IV	Analisis <i>Independent Sample T-test</i> “Fungsi Dari Cara Pandang (<i>Vision</i>)”
Lampiran	V	Analisis <i>Chi Square</i> “Saat Kapan Cara Pandang (<i>Vision</i>) Dikembangkan”
Lampiran	VI	Analisis <i>Chi Square</i> “Dimana Cara Pandang (<i>Vision</i>) Dikembangkan”
Lampiran	VII	Analisis <i>Chi Square</i> “Daya Tanggap Dan Keterlibatan Dalam Pengembangan Cara Pandang Jangka Panjang (<i>Vision</i>)”
Lampiran	VIII	Analisis <i>Chi Square</i> “Bagaimana Cara Digunakan Untuk Mengembangkan <i>Vision</i> ”
Lampiran	IX	Data Jawaban Responden

PERBEDAAN *CORPORATE VISIONING* ANTARA INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH DI KOTA SURAKARTA

**Disusun oleh :
ADI NUGROHO DEWANTO
NPM : 06 03 16024**

Pembimbing

E. Kusumadmo, MM., Ph.D.

Intisari

Lingkungan bisnis saat ini memiliki karakteristik yang dinamis, kompleks, berkaitan dengan perubahan teknologi, keterbatasan sumber daya, ekonomi global serta perubahan politik yang tidak menentu. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan harus dapat melakukan efisiensi dan efektivitas serta memiliki pandangan jauh ke depan. Hal ini berarti suatu perusahaan harus memiliki pandangan jauh kedepan untuk mendukung kesuksesan perusahaan (*vision*).

Dalam tahap perumusan visi, ada enam elemen dalam proses perumusan hingga pelaksanaan maupun evaluasi dari visi yaitu: 1) bagaimana perusahaan mendefinisikan visi, 2) bagaimana perusahaan mengembangkan visi, 3) di dalam konteks apa perusahaan mengembangkan visi, 4) kapan perusahaan mengembangkan visi, 5) siapa saja yang terlibat dalam pengembangan visi, 6) bagaimana/cara apa yang digunakan perusahaan dalam mengembangkan visi. Dapat diyakini bahwa ada perbedaan pelaksanaan cara yang digunakan dalam mendesain visi antara perusahaan berskala kecil, menengah dan besar. Hal ini lebih disebabkan karena kepentingan visi itu sendiri bagi semua orang yang terlibat dalam organisasi.

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa perusahaan manufaktur berskala kecil dan menengah di kota Surakarta sama-sama mendesain visi perusahaan yang digunakan sebagai acuan perusahaan dalam memandang masa depan. Untuk kebutuhan organisasi yang berbeda, perusahaan manufaktur berskala kecil dan menengah memiliki karakteristik/perilaku yang berbeda dalam menanggapi visi baik dalam hal: mendefinisikan visi, mengembangkan visi, dalam konteks apa perusahaan mengembangkan visi, kapan perusahaan mengembangkan visi, siapa saja yang terlibat dalam pengembangan visi, dan bagaimana/cara apa yang digunakan perusahaan dalam mengembangkan visi.

Kata kunci: Visi dan perusahaan manufaktur