

ABSTRAK

Manajemen strategi adalah seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas - fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Dalam prosesnya mencapai tujuan, diperlukan adanya visi, misi dan *strategic objective* dengan memperhatikan segala aspek baik internal maupun eksternal perusahaan yang tidak dapat diprediksi perubahannya. Adanya visi, misi dan *strategic objective* merupakan syarat wajib bagi sebuah perusahaan atau organisasi. Untuk mengetahui kesesuaian pernyataan visi, misi, dan *strategic objective* dengan kaidah normatif perusahaan pada industri telekomunikasi, diperlukan adanya evaluasi pernyataan visi, misi dan *strategic objective* perusahaan terhadap kaidah normatifnya yang kemudian diinterpretasikan dalam peta pola sebaran, sehingga dapat dengan mudah diketahui kecenderungan perusahaan dalam mengantisipasi dan menghadapi setiap perubahan pada lingkungan bisnis perusahaan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah 15 perusahaan pada industri telekomunikasi yang seluruhnya terdaftar dalam *World's Most Admired Company* tahun 2011. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi eksploratori. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan studi kepustakaan (*Library Research*) dan dokumentasi. Pengolahan data dengan menggunakan matrik evaluasi normatif yang kemudian diinterpretasikan dengan membuat pola sebaran terhadap visi, misi, dan *strategic objective* dengan mengacu pada aturan yang terdapat dalam *strategic group mapping*, yaitu dengan cara menyandingkan kombinasi dua variabel yang saling bertolak belakang, sebaran perusahaan tersebut terdapat dalam diagram kartesius, sehingga diperoleh hasil perusahaan mana yang hanya berkuat pada masa lalu (reaktif) dan perusahaan yang siap untuk menghadapi tantangan masa depan (proaktif).

Hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah, sebagian besar perusahaan pada industri telekomunikasi yang dalam merumuskan pernyataan visi, misi dan *strategic objective* belum mengikutikaidah normatif. Sehingga, hanya terdapat sebagian kecil perusahaan yang siap terhadap tantangan masa depan (proaktif).

Saran yang penulis berikan adalah agar masing-masing perusahaan dalam merumuskan pernyataan visi, misi, dan *strategic objective*-nya memperhatikan kaidah umum atau normatif yang ada. Untuk penelitian selanjutnya adalah dengan menggunakan teknik triangulasi data dengan tujuan untuk mengurangi bias, mengingat dalam penelitian ini peneliti hanya mengacu pada data sekunder dan data tertulis perusahaan.

Kata kunci: manajemen strategi, visi, misi dan *strategic objective* perusahaan pada industry telekomunikasi dunia yang terdaftar dalam *World's Most Admired Company* 2011.