

# PERNYATAAN VISI DAN MISI PERGURUAN TINGGI

Yusuf Hamdan \*\*

*Abstrak*

*Visi dan misi memiliki kedudukan yang penting bagi organisasi, tidak terkecuali untuk perguruan tinggi. Visi dan misi sebagai bagian dari perencanaan strategis harus dibuat dengan sungguh-sungguh karena di dalamnya terkandung gambaran mengenai masa depan yang diidamkan. Visi dan misi yang baik adalah yang dibuat secara tertulis kemudian disosialisasikan kepada seluruh stakeholder organisasi, sehingga kesadaran akan masa depan yang diharapkan tidak hanya memandu para pemimpin organisasi, melainkan menjadi haluan seluruh warga dalam organisasi.*

*Bagi perguruan tinggi yang akan merumuskan visi dan misi, selain harus memperhatikan segala persyaratan penulisan visi misi yang baik, mereka juga harus memperhatikan visi dan misi dari perguruan tinggi lain, bahkan dari organisasi di luar perguruan tinggi, yang sudah terbukti berjalan dengan baik dan telah memandu organisasi memperoleh kesuksesan.*

*Kata Kunci : Visi, Misi dan Perguruan Tinggi*

## **1 Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

Keberadaan visi bagi organisasi mutlak perlu karena dengan visi, organisasi dapat merencanakan keadaan di masa datang. Telah terbukti dalam kenyataan bahwa organisasi-organisasi yang sukses di tingkat dunia memiliki visi yang jelas mengenai apa yang ingin dicapainya di masa depan,

---

\*\* Yusuf Hamdan, Drs., M.Si.<sup>1</sup> adalah Dosen tetap Bidang Kajian Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba

serta selalu berusaha dengan sekuat tenaga agar visi yang telah dibuat tidak sekedar menjadi slogan belaka namun menjadi satu *guideline* yang mengarahkan langkah organisasi untuk mencapai apa yang telah dirumuskan dalam visinya.

Ada banyak contoh pemimpin organisasi yang mampu mensosialisasikan visinya. Dari tanah air salah satunya adalah Erry Riyana Hardjapamekas, yang saat itu menjabat direktur utama PT. Timah Tbk. Erry berhasil memimpin Timah keluar dari krisis antara lain dengan membagi visi kepada para manajer dan staf di perusahaan melalui e-mail (2000:XV).

Dalam pandangan Jones dan Kahaner (1999:6) yang telah melakukan riset atas pernyataan visi dan misi perusahaan-perusahaan tingkat dunia, visi perusahaan sukses bukan saja berupa konsep dan falsafah, melainkan gagasan yang dipikirkan masak-masak yang membantu mereka memenuhi bahkan melampaui apa yang ingin mereka capai.

Namun demikian, dalam prakteknya tidak semua organisasi memiliki visi mengenai masa depan yang ingin dicapainya. Organisasi yang telah memiliki visi pun tidak semua merumuskannya secara tertulis dan sungguh-sungguh. Masalah berikutnya adalah sosialisasi. Tidak sedikit organisasi yang memiliki pernyataan visi dan misi yang baik, namun hanya menjadi milik segelintir elit organisasi, warga organisasi selebihnya dibiarkan dalam ketidaktahuan apa yang ingin dicapai organisasi di masa depan.

Berbagai masalah yang dihadapi dalam membuat dan merumuskan visi secara tertulis ini melanda berbagai organisasi, tidak terkecuali organisasi pendidikan tinggi. Tidak kurang pendidikan tinggi yang belum memiliki visi secara tertulis. Karya tulis ini tertarik untuk menjelaskan perihal perumusan visi pendidikan tinggi dalam rangka untuk memberikan sumbang saran bagi penulisan visi perguruan tinggi yang lebih baik.

## **1. 2 Perumusan Masalah**

Pokok masalah dalam karya tulis ini dapat dirumuskan sebagai berikut, "Bagaimana merumuskan visi dan misi perguruan tinggi yang baik?"

### 1.3 Identifikasi Masalah

Dari rumusan masalah tersebut dapat dirinci berbagai dimensi masalah dalam identifikasi masalah sebagai berikut:

- Apakah pengertian visi itu, dan apa manfaat visi itu bagi organisasi?
- Bagaimana cara merumuskan visi yang baik?
- Adakah contoh visi yang baik termasuk visi perguruan tinggi?

### 1.4. Tujuan Penulisan

Penulisan karya tulis ini bertujuan untuk:

- Menjelaskan mengenai pengertian dan manfaat visi bagi organisasi.
- Menjelaskan cara-cara merumuskan visi yang baik.
- Menyampaikan contoh visi misi berbagai organisasi.

## 2 Cara Merumuskan Visi Yang Baik

### 2.1 Pengertian Visi dan Misi

Visi berasal dari kata bahasa Inggris ‘*vision*’. Dalam The Contemporary English-Indonesian Dictionary kata Vision sebagai kata benda artinya: 1). Daya lihat atau penglihatan, 2). Pemandangan, 3). Khayalan atau bayangan yang terlihat dalam mimpi atau dalam angan-angan, 4). Daya khayal, 5). Hantu, 6). Sesuatu yang sangat indah atau seseorang yang sangat cantik. Sedangkan Vision sebagai kata kerja artinya: melihat atau mengkhayalkan (Salim,1990:2238). Sedangkan kata visi sebagaimana dimaksud dalam konteks organisasi dikenal dalam ungkapan ‘*vision statement*’ atau ‘*mission statement*’. Dalam berbagai referensi kedua kata ungkapan itu sering dipertukarkan untuk menyampaikan pengertian yang sama.

Menurut Drohan (dalam Cardani,2000:1), “*a vision statement pushes the association toward some future goal or achievement*”, sedangkan mission statement diartikan sebagai, “*guides current, critical, strategic decision making*”.

Menurut penulis lain, Abraham (dalam Cardani, 2000:1), “*a mission statement is an enduring statement of purpose for an organization that identifies the scope it operations in product and market terms, and reflects*

*its values and priorities*”. Selanjutnya dikatakan Abraham, perusahaan besar maupun kecil memerlukan pernyataan misi sebagai sumber arah, sebagai kompas, yang membuat para pekerja, pelanggan, juga pemilik saham mengetahui mengapa mereka berada di situ dan mau menuju ke mana.

Sedangkan menurut Stone (dalam Cardani, 2000:1), *corporate mission statement ...are the operational, ethical, and financial guiding lights of companies. They are not simply mottoes or slogans; they articulate the goals, dreams, behavior, culture, and strategies of companies*”.

## **2.2 Merumuskan Pernyataan Visi dan Misi yang Baik**

Menurut Cristopher Bart (dalam Cardani, 2000:1) pernyataan visi dan misi yang baik menyajikan keunikan organisasi, alasan keberadaan, dan mendorong pelbagai stakeholder bergerak untuk mencapai tujuan bersama. Selain itu pernyataan misi yang baik memungkinkan pengalokasian sumber daya organisasi yang terfokus yang mengharuskan organisasi untuk menyampaikan pertanyaan sulit yang ditujuakan kepada dirinya sendiri: apa bisnis kita? Mengapa kita mesti ada? Apa yang ingin kita capai?

Menurut Mary Campbell (2000:1), terdapat beberapa prinsip dasar yang mesti diterapkan dalam setiap organisasi (bisnis). Tujuan, atau alasan keberadaan yang sering disebut dengan misi atau visi, adalah salah satu di antara prinsip itu. Jika organisasi berusaha dengan sungguh-sungguh berusaha untuk mencapai misinya maka ia akan memiliki identitas organisasi. Jika sebuah bank umpamanya, menyatakan bahwa misinya untuk “melayani kebutuhan finansial customernya”, namun jarang memberikan pinjaman kepada customernya, maka pada bank tersebut telah terjadi kesenjangan antara misi dan identitasnya.

Bagi Campbell, merumuskan pernyataan misi adalah, “is simply a matter of expressing why you do what you do in 50 words or less”. Langkah awal untuk membuatnya yaitu bekerjasama dengan para karyawan, customer, dan kelompok lainnya untuk mengetahui seberapa besar nilai produk yang dimiliki organisasi.

Menurut Campbell organisasi perlu pernyataan misi karena beberapa alasan. Pertama, to serve as basis for making decisions. Jika organisasi tahu siapa dirinya, organisasi akan dengan percaya diri membuat keputusan.

Kedua, to unite your team. Dengan misi organisasi memiliki alat pemersatu. Ketiga, misi sebagai daya tarik dan alat untuk memperhanakan customer. Terakhir, pernyataan misi adalah untuk membentuk mitra sejati, karena misi memperlihatkan komitmen sekaligus integritas organisasi.

Menurut Bailey (dalam Cardani, 2000:2) pernyataan visi yang dikembangkan dengan baik akan mendatangkan beberapa keuntungan potensial bagi organisasi meliputi pemberian arah, fokus, kebijakan, makna, tantangan, dan daya hidup (gairah).

Visi dan misi akan selalu memberi petunjuk kepada organisasi arah mana yang harus ditempuh. Karena itu jalannya organisasi akan lebih pasti dan mengurangi tindakan-tindakan coba-coba. Dengan visi dan misi yang baik organisasi juga diberi kekuatan untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang fokus sehingga rangkaian kegiatan yang dilakukannya berakumulasi pada hasil yang signifikan.

Visi misi yang baik memberikan batasan-batasan pembuatan kebijakan mengenai apa yang dapat dan tidak dapat ditempuh oleh para pemimpin organisasi. Dengan demikian kesalahan membuat kebijakan yang tidak sesuai dengan tujuan organisasi akan jauh berkurang.

Visi misi yang baik akan memberikan makna terhadap apa yang dilakukan oleh orang-orang dalam organisasi. Sebagaimana diketahui manusia yang menggerakkan organisasi pada dasarnya bukan mesin. Mereka dapat bekerja sepenuh hati jika memahami apa makna tindakan-tindakan itu bagi organisasi dan bagi keyakinan-keyakinan mereka sendiri. Visi yang baik memberikan makna terhadap setiap tindakan yang mereka lakukan.

Selain itu, visi misi yang dikembangkan dengan benar memberikan tantangan bagi setiap individu untuk berprestasi. Visi yang baik selalu menjadi inspirasi untuk lahirnya ide-ide baru, temuan-temuan baru, dan hal-hal kreatif lainnya. Terakhir, visi misi yang baik menghadirkan suasana organisasi yang kondusif untuk hadirnya semangat hidup dan kegairahan berorganisasi. Suasana seperti ini akan mendorong warga organisasi menjadi lebih produktif tanpa harus merasakan adanya tekanan.

### 2.3 Unsur-Unsur dalam Visi dan Misi

Pernyataan visi dan misi yang baik harus mempertimbangkan berbagai unsur penting yang harus menjadi pertimbangan sebelum pernyataan visi misi dirumuskan. Unsur pertama yang harus dipertimbangkan adalah audiens sasaran (target audience). Unsur ini menghendaki rumusan visi dan misi menyatakan kepada siapa rumusan ini ditujukan, atau siapa stakeholders organisasi itu. Kelompok-kelompok penting yang harus ada dalam audiens sasaran adalah karyawan, pemilik saham, pelanggan, dan masyarakat.

Unsur kedua yang harus diperhatikan dalam perumusan visi misi organisasi adalah rentang cakupannya. Ada pernyataan visi dan misi yang demikian singkat yang diungkapkan dalam satu kalimat, namun ada pula yang panjang, di dalamnya mencakup rumusan tentang visi, misi, filsafat, tujuan, rencana, dan strategi.

Unsur ketiga adalah mengenai bahasa yang akan digunakan dalam rumusan visi misi. Penggunaan kalimat dan pemilihan kata harus sedemikian rupa sehingga memenuhi standard bagi perumusan visi misi yang baik. Menurut Abraham (dalam Cardani, 2000:2), *“a mission statements should be written to encourage commitment and to energize all employees toward fulfilling the mission”*. Seperti ditegaskan oleh Drohan juga, *“If you make the language too flowery and cumbersome a great mission statement may not be taken seriously”* (dalam Cardani, 2000:2).

Unsur lain yang harus dipertimbangkan adalah bahwa pernyataan visi misi harus bertahan dalam jangka waktu tertentu sehingga tidak cepat usang dan tetap memiliki makna bagi keberadaan organisasi dalam jangka waktu yang lama.

Bart telah melakukan riset mengenai kaitan misi dengan performa organisasi. Organisasi-organisasi yang dalam visi dan misinya mengungkapkan mengenai tujuan nonfinansial, pernyataan nilai, standard perilaku yang spesifik, identifikasi strategi kompetisi organisasi, pernyataan visi, dan ungkapan mengenai tujuan untuk memuaskan kebutuhan dan harapan kelompok-kelompok stakeholder, memiliki performa yang lebih

tinggi dibandingkan dengan organisasi yang tidak memilikinya (dalam Cardani, 2000:3).

Menurut Drohan, merumuskan pernyataan misi bukan satu hal yang mudah karena hal itu harus dilakukan sebagai bagian dari proses perencanaan strategis organisasi. Proses ini harus dimulai dari analisis mengenai lingkungan, kemudian diikuti oleh pengembangan dan pembuatan skala prioritas sasaran dan tujuan. Setelah dua langkah ini maka misi yang akan dirumuskan menjadi lebih jelas.

Dalam perumusan pernyataan misi perlu ditentukan siapa yang akan membuatnya. Untuk mengerjakan hal itu dapat dibuat suatu panitia perumusan yang mewakili unsur manajemen atau unsur-unsur yang lebih luas lagi dalam organisasi, bahkan kalau diperlukan dapat melibatkan kalangan luar organisasi.

### **3 Contoh Visi Organisasi**

Setelah melihat bagaimana seharusnya visi dan misi dirumuskan, pada bagian ini akan dikemukakan contoh perumusan visi dari berbagai organisasi, di luar maupun di dalam lingkungan pendidikan tinggi. Melalui contoh-contoh itu para perumus visi misi pendidikan tinggi dapat mengambil perbandingan dan pelajaran, baik dari visi misi yang telah dirumuskan dengan baik, maupun dari yang masih terlihat kelemahan-kelemahannya.

#### ***3.1 Contoh Pernyataan Visi dan Misi Organisasi Umum***

Pada bagian ini akan dikemukakan beberapa contoh visi dan misi organisasi umum yang profit maupun nonprofit, sebagai gambaran perumusan pernyataan visi dan misi, serta komentar singkat mengenai visi misi tersebut.

Pertama contoh visi misi dari organisasi antariksa Amerika Serikat, NASA. Dilihat dari perkembangan saat ini, misi NASA yang dirumuskan pada tahun 1960-an terasa lucu karena dirumuskan sebagai berikut, *“to get a person to the moon before the Russians”* (Koontz dan Weichrich, 1988:62). Namun demikian misi ini sangat jelas maknanya, dirumuskan dalam bahasa

yang lugas dan ringkas, serta menyatakan apa yang ingin dicapai di masa datang oleh organisasi tersebut.

Berikutnya adalah pernyataan visi perusahaan telekomunikasi yang berkedudukan di Singapura **Sing Tel** (lihat [www.singtel.com](http://www.singtel.com)). Dalam web-nya Sing Tel merumuskan visi dan misinya sebagai berikut, “*SingTel's vision is to be the communications company that breaks barriers and builds bonds*”. Adapun misinya dirumuskan sebagai berikut,

- To provide customers with innovative solutions to meet their communications needs.
- To develop staff with challenging careers in a nurturing environment that foster excellence.
- To create value for the shareholders.

Dalam visinya tergambar dengan jelas bahwa Sing Tel adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang komunikasi yang bercita-cita ingin menembus batas serta membangun ikatan/jaringan. Visi ini dikuatkan oleh rumusan yang terdapat dalam pernyataan misinya yang memperlihatkan komitmen kepada customer, staf, dan shareholders.

Dari dalam negeri dipilih tiga perusahaan yaitu PT. KAI, PT. PLN dan PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) dengan pertimbangan ketersediaan data. Dalam rumusan visinya, PT. KAI (lihat [www.kreta-api.com](http://www.kreta-api.com)) menyatakan, “terwujudnya Kereta Api sebagai pilihan utama jasa transportasi yang mengutamakan keselamatan, kehandalan, dan pelayanan”.

Perumusan visi ini dijabarkan ke dalam rumusan misi PT. KAI sebagai berikut, “mewujudkan jasa pelayanan transportasi massal dengan menghasilkan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan penugasan pemerintah, tingkat keselamatan dan pelayanan yang semakin tinggi dan penyelenggaraan semakin efisien”.

Pernyataan visi PT. KAI sudah cukup baik, karena ringkas dan menyatakan bisnis utama yang dijalankan perusahaan. Persoalan pada PT. KAI bukan pada perumusan visinya, namun pada upaya manajemen untuk mencapai visi tersebut. Sebagaimana kita ketahui keadaan saat ini mungkin sudah mendekati kondisi yang diinginkan PT. KAI, di mana kreta api dijadikan pilihan utama jasa transportasi.



Namun pernyataan visi berikutnya yaitu mengutamakan keselamatan, kehandalan, dan pelayanan, masih belum dapat memenuhi harapan. Dengan banyaknya kecelakaan kereta api yang terjadi, keterlambatan jadwal keberangkatan dan kedatangan kereta yang belum dapat diatasi sepenuhnya, serta belum optimalnya pelayanan, membuat terciptanya kesenjangan antara pernyataan visi serta misi dengan kenyataan yang dihadapi oleh para customer.

Sementara itu PT. PLN (lihat [www.pln.co.id](http://www.pln.co.id)) merumuskan visinya sebagai berikut, “diakui sebagai perusahaan kelas dunia yang bertumbuh kembang unggul dengan bertumpu pada potensi insani”. Visi ini dilanjutkan dengan rumusan misi sebagai berikut,

- a. Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi pelanggan, anggota perusahaan dan pemegang saham.
- b. Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas masyarakat.
- c. Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.
- d. Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

Rumusan visi PT. PLN belum menyatakan i apa bisnis utamanya perusahaan, yang dinyatakan dalam rumusan tersebut adalah mengenai tingkat pencapaian kemajuan dan alat untuk berkompetisi. Dengan demikian dari sisi rumusan ada dua hal yang dapat disempurnakan. Pertama, PLN harus menyatakan kegiatan bisnis utama yang dijalankan oleh perusahaan, serta penekanan hanya kepada potensi insani belum memadai mengingat perusahaan ini bergerak dalam bisnis infra struktur.

Adapun PT. Telkom merumuskan visinya sebagai berikut ([www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id)), “Menjadi dominan InfoCom Player di kawasan Regional”, kemudian dilanjutkan dengan pernyataan misinya dengan rumusan, “Memberikan layanan “*One Stop Infocom*” dengan kualitas yang prima dan harga kompetitif, mengelola usaha dengan cara yang terbaik dengan mengoptimalkan SDM yang unggul, dengan teknologi yang kompetitif dan dengan *Business Partner* yang sinergi”.

Tampaknya dari visi yang dirumuskan, Telkom menyadari wilayah layanan yang harus tercermin dalam visi, sehingga selain mencantumkan

istilah ‘kawasan regional’ juga menggunakan kata-kata campuran bahasa Indonesia dan Inggris dengan struktur yang kurang baku, yaitu pada ungkapan ‘menjadi dominan infoCom player’. Di sini terlihat kebimbangan perumus visi apakah sepenuhnya memperlihatkan citra kosmopolit dengan menggunakan bahasa Inggris saja atau mengusung citra lokal dengan menggunakan bahasa Indonesia. Dengan sedikit perubahan redaksi, bahasa yang digunakan menjadi lebih baku. Umpamanya dirumuskan sebagai berikut, “menjadi pelaku bisnis infoCom yang dominan di kawasan regional”. Dari segi isi visi ini telah memperlihatkan bisnis inti yang ditekuni, dan juga telah mengungkapkan di mana perusahaan ini akan mengambil peran yang berarti.

Rumusan misi juga sudah cukup fokus, namun Telkom tidak secara tegas merinci siapa saja stakeholders yang akan dilayani oleh perusahaan. Tanpa memasukkan stakeholders ke dalam pernyataan misinya maka keakraban perusahaan dengan stakeholders tidak terungkapkan.

### **3.2 Contoh Pernyataan Visi Misi Perguruan Tinggi**

Banyak sekali contoh pernyataan visi dan misi perguruan tinggi, baik perguruan tinggi yang terdapat di dalam maupun di luar negeri, swasta atau perguruan tinggi negeri. Berikut ini dikemukakan hanya beberapa contoh pernyataan visi dan misi perguruan tinggi dan komentar singkat mengenai perumusannya.

Perguruan tinggi luar negeri pertama yang dijadikan contoh di sini adalah Curtin University, Australia. Mereka merumuskan visinya sebagai berikut (lihat [www.curtin.edu.au](http://www.curtin.edu.au)), “*Curtin aspires to be a world-class University of Technology*”. Jika kita perhatikan pernyataan visi Curtin University ini, kesan pertama yang terasa adalah perumusan mereka sangat sederhana yang diungkapkan dalam satu kalimat yang singkat. Kendati pun demikian, makna yang dikandungnya sangat padat. Visi itu menjelaskan mengenai apa yang ingin dicapai, dan bidang apa yang mereka tekuni.

Pernyataan visi ini mereka lanjutkan dengan rumusan misi sebagai berikut, “*Curtin is dedicated to the advancement of knowledge and the enrichment of culture. The University places particular value on:*

- o *the search for innovative applications of technology in all fields of human endeavour;*
- o *the cultivation of responsive and responsible links with the wider community emphasising service, practical relevance, social justice and ethical behaviour;*
- o *the development of students and staff as citizens of the world, emphasising an international outlook, cultural diversity, and an informed respect for indigenous peoples.*

Berikutnya adalah pernyataan visi misi sebuah perguruan tinggi di Afrika yaitu Universitas Botswana (lihat [www.ub.bw](http://www.ub.bw) ), yang merumuskan visinya sebagai berikut, “*The University of Botswana will be a leading academic centre of excellence in Africa and the world*”. Kita lihat bahwa pernyataan visi universitas ini sudah cukup bagus, ringkas dan padat. Namun demikian belum menggambarkan bisnis inti (core business) dari universitas ini. Bandingkan dengan visi Curtin yang memberi batas pada lingkup teknologi.

*Visi universitas Botswana dilanjutkan dengan rumusan misinya sebagai berikut, “to advance the intellectual and human resource capacity of the nation and the international community”. Sebagaimana tampak pada rumusan visinya, rumusan misi universitas ini masih terlihat umum, dan tidak mencantumkan stakeholder yang spesifik.*

Dari dalam negeri akan dikemukakan beberapa contoh pernyataan visi dan misi perguruan tinggi negeri dan swasta. Contoh pertama adalah pernyataan visi dan misi dari Universitas Islam Bandung (Unisba). Dalam pernyataan visinya ditulis, “Unisba diharapkan menjadi perguruan tinggi Islam yang terkemuka, pelopor pembaharuan pemikiran dan pelaksanaan kehidupan beragama, dan pembina insan berakhlak karimah yang bermanfaat bagi diri sendiri, umat, masyarakat, bangsa dan negara” (lihat Uwes et.all, 201:3-4).

*Dalam rumusan visi ini terlihat bahwa Unisba memosisikan dengan tegas sebagai perguruan tinggi Islam. Namun demikian bisnis inti Unisba terlihat cukup luas karena bukan hanya dalam bidang pendidikan tinggi, Unisba juga diharapkan memiliki peran dalam pembaharuan pemikiran, pelaksanaan kehidupan beragama, dan membina insan berakhlak karimah.*

Visi ini juga menggambarkan stakeholder yang luas dimulai dari yang paling mikro (diri sendiri) sampai dengan negara (sangat makro). Jika visi ini akan disempurnakan, dapat dengan membuat lebih memfokuskan bisnis inti dan stakeholders-nya.

Visi Unisba dilanjutkan dengan rumusan misi sebagai berikut, “Unisba menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai Islam, membina kehidupan kampus yang dinamis ilmiah, serta mengembangkan lingkungan fisik dan sosial berlandaskan nilai-nilai Islam”. Rumusan misi Unisba tampak sudah lebih fokus. Yang belum terungkap pada rumusan misi ini adalah stakeholders-nya.

Perguruan tinggi kedua dari dalam negeri adalah Institut Pertanian Bogor (IPB). Dalam rumusan visinya IPB menulis (lihat [www.dikti.org](http://www.dikti.org)), “IPB harus dapat merespon dan melakukan penyesuaian yang tepat terhadap perubahan yang terjadi. IPB harus dapat mendorong pengembangan agribisnis dan agroindustri serta membawa pembangunan pertanian Indonesia kearah pertanian modern”. Dalam rumusan visinya IPB telah memperlihatkan bisnis intinya, yaitu pertanian, namun tidak menjelaskan lembaga apa IPB itu. Penggunaan kata ‘harus’ yang normatif dalam pernyataan visi tidak lazim.

Dalam perumusan misinya, IPB menulis, “Sebagai pusat pengembangan melalui penemuan, pengembangan, pembaharuan, pengenalan IPTEK dan seni pertanian untuk kesejahteraan masyarakat”. Rumusan misi ini belum menyatakan secara eksplisit siapa stakeholders IPB itu.

#### **4 Kesimpulan**

Dari uraian terdahulu dapat dibuat kesimpulan-kesimpulan ringkas sebagai berikut.

1. Visi merupakan unsur penting dalam organisasi sebagai bagian dari perencanaan strategis. Visi keberadaannya penting karena mengungkapkan atau menyatakan untuk alasan apa organisasi itu ada, dan ke mana organisasi itu akan berkembang. Karena itu visi mendorong para stakeholder memiliki langkah yang terpadu untuk mencapai tujuan.

Perlunya visi tidak dibatasi oleh ukuran maupun domain pengabdianya. Bukan hanya organisasi bersekala besar, organisasi kecil pun memerlukan visi. Bukan sekedar organisasi profit, organisasi nonprofit seperti perguruan tinggi pun memerlukan visi.

2. Visi yang baik adalah visi yang dapat diketahui, dipahami, dan dihayati seluruh stakeholder organisasi. Karena itu visi harus dinyatakan dalam bentuk tertulis, kemudian disosialisasikan kepada semua stakeholder organisasi. Visi yang hanya diketahui dan dipahami oleh para pemimpin, sekalipun dinyatakan dalam rumusan yang baik, tanpa disebarluarkan kepada semua yang berkepentingan, adalah visi yang buruk.
  3. Cara membuat pernyataan visi yang baik selain dengan mempelajari bagaimana seharusnya pernyataan visi ditulis, harus memperhitungkan unsur apa saja, juga penting untuk mempelajari pernyataan visi organisasi lain yang telah ada, terutama pernyataan visi dari organisasi yang sudah terbukti dengan sukses. Dengan demikian pembuat visi tidak semata-mata dibekali pengetahuan teoretis tentang visi ideal, melainkan juga diberi perspektif lapangan bagaimana orang-orang pandai dan bijak terdahulu merumuskan visi yang baik dan terbukti berjalan sukses.
-

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Hardjapamekas, Erry Riyana. 2000. *Esensi Kepemimpinan, Mewujudkan Visi Menjadi Aksi*. Jakarta, PT. Elex Media Kumputindo.
- Jones, Patricia, dan Larry Kahaner. 1999. *Misi dan Visi 50 Perusahaan Terkenal di Dunia*. Terj. Anton Asiwiyoto. Jakarta, Interaksara.
- Koontz, Harold, Heinz Weichrich. 1988. *Management*. Ninth Edition. McGraw-Hill, New York, International Editions.
- Uwes, Sanusi. *et.all*. 2001. *Visi, Misi, dan Tradisi Universitas Islam Bandung*. Bandung, Unisba.

### B. Sumber Lain

[http://home.singtel.com/about\\_singtel/company\\_profile/vision\\_n\\_mission/company](http://home.singtel.com/about_singtel/company_profile/vision_n_mission/company) Campbell, Mary. 2000. "Your Mission is Clear"

<http://abcnews.go.com/sections/business/YourBusiness/sbb990512.html>

-----, 2000. "Built the Perfect Mission"

<http://abcnews.go.com/sections/business/Yourbusiness/sbb990519>

Cardani, Leann. 2000. "Corporate Mission Statements: A Strategic Management Issue"

[www.stfrancis.edu/ba/ghkickul/](http://www.stfrancis.edu/ba/ghkickul/)

[www.Singtel.com](http://www.Singtel.com)

[www.kreta-api.com](http://www.kreta-api.com)

[www.pln.co.id](http://www.pln.co.id)

[www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id)

[www.curtin.edu.au](http://www.curtin.edu.au)

[www.ub.bw](http://www.ub.bw)

[www.dikti.org](http://www.dikti.org)