

PERAN PERNYATAAN VISI DAN MISI PADA PENGARUH PEMBELAJARAN DAN PERTUMBUHAN TERHADAP DAYA SAING PERUSAHAAN

Slamet Boediono¹, Hery Margono², Rubi Galuh Septino³, Ja'far Amir⁴

^{1,2,3,4}Universitas IPWIJA, Jl. Letda Nasir No.7, Bogor

Email: jafar.amir1969@gmail.com

Article History

Received: 06-02-2025

Revision: 08-02-2025

Accepted: 09-02-2025

Published: 15-02-2025

Abstract. Quantitative research on the competitiveness of the Company in the era of technological advancement is essential. A survey with a questionnaire of 103 of the Company's customers, with the SEM PLS approach and SmartPLS4 data processing was conducted at the end of 2024. It was revealed that the vision and mission statement acts as a mediator between the learning and growth perspective and the company's competitiveness. This mediating effect is supported by the idea that a mission statement, when aligned with an organization's learning practices, increases innovation and competitive advantage. Further research is needed by involving more variables such as organizational commitment in influencing the role of vision and mission statements as mediators, influencing learning and growth perspectives on the Company's competitiveness in various sectors.

Keywords: Company competitiveness, Learning and growth perspectives, Mediation, moderation, Vision mission,

Abstrak. Penelitian kuantitatif tentang daya saing Perusahaan di era kemajuan teknologi sangat penting. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif diskriptif, dengan instrumen penelitian berupa kuesioner dengan bantuan google form. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 103 pelanggan Perusahaan. Olah data dilakukan dengan pendekatan SEM PLS dan menggunakan perangkat lunak SmartPLS4, dilakukan bulan Januari 2025. Terungkap bahwa Pernyataan visi dan misi berperan sebagai mediator antara perspektif pembelajaran dan pertumbuhan dengan daya saing perusahaan. Efek mediasi ini didukung oleh gagasan bahwa pernyataan misi, ketika diselaraskan dengan praktik pembelajaran organisasi, meningkatkan inovasi dan keunggulan kompetitif. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan melibatkan lebih banyak variable seperti komitmen organisasi dalam mempengaruhi peran pernyataan visi dan misi sebagai mediator pengaruh perspektif pembelajaran dan pertumbuhan terhadap daya saing Perusahaan di berbagai sektor.

Kata Kunci: Daya saing perusahaan, Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, Mediasi, moderasi, visi dan Misi.

How to Cite: Boediono, S. et al (2025). Peran Pernyataan Visi Dan Misi Pada Pengaruh Pembelajaran Dan Pertumbuhan Terhadap Daya Saing Perusahaan. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4 (6), 3714-3730. [10.54373/ifiheb.v4i6.2712](https://doi.org/10.54373/ifiheb.v4i6.2712)

PENDAHULUAN

Dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif saat ini, perusahaan harus memprioritaskan akuisisi dan retensi pelanggan untuk memastikan pertumbuhan dan profitabilitas yang berkelanjutan. Proses Bisnis Internal sangat penting karena secara langsung berdampak pada efisiensi dan efektivitas strategi manajemen pelanggan, yang penting untuk mempertahankan pelanggan yang puas yang kurang sensitif terhadap perubahan harga dan lebih cenderung memberikan rujukan positif (Kasemsap, 2018; Yari et al., 2023). Harga tetap menjadi faktor penting yang memengaruhi akuisisi dan retensi pelanggan, dengan strategi penetapan harga yang kompetitif menjadi penting di pasar yang dinamis (Maicas & Sese, 2015). Perspektif Pelanggan tidak terpisahkan, karena memahami dan memenuhi harapan pelanggan dapat mengarah pada peningkatan loyalitas dan keterlibatan jangka panjang (Dominic et al., 2010; Ozkan & Sekerkaya, 2025). Perspektif Pembelajaran & Pertumbuhan menekankan pentingnya pengembangan dan inovasi berkelanjutan dalam proses manajemen pelanggan, yang sangat penting dalam beradaptasi dengan perubahan pasar dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Aspara, 2011; Nijssen et al., 2017). Visi dan Misi yang jelas memandu arah strategis perusahaan, memastikan bahwa semua upaya selaras untuk mencapai kepuasan pelanggan dan tujuan bisnis (Khazaei Pool et al., 2017). Dengan demikian, indikator-indikator ini secara kolektif memainkan peran penting dalam keberhasilan perusahaan dalam memperoleh dan mempertahankan pelanggan dalam lanskap kompetitif.

Di Indonesia peranUMKM sangat besar dalam struktur pertumbuhan perekonomian. Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja.

Tabel 1: Pertumbuhan UMKM di Indonesia

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	65	66
Pertumbuhan		1.98%	-2.24%	2.28%	-0.70%	1.52%

Sumber (Santika, 2024)

PT. Megah Sakti Singosari, yang berdiri pada Januari 2012 sebagai salah satu perusahaan UMKM swasta nasional yang berkedudukan di Bogor. PT. Megah Sakti Singosari bergerak dalam bidang timbangan digital, meliputi pelayanan produksi, pemasaran, service , maintenance, penyediaan sparepart timbangan, kalibrasi dan Tera Metrologi. PT. Megah Sakti Singosari dituntut untuk mengembangkan strategi yang efektif untuk memastikan kemajuan

dan daya saingnya di pasar dalam kondisi ini. Maka penulis melakukan penelitian ini dengan fokus pada Analisa faktor proses bisnis internal, daya saing, visi misi, perpektif pelanggan dan pembelajaran dan pertumbuhan perusahaan. Artikel ini merupakan sebagian dari laporan hasil penelitian tersebut.

Pembelajaran dan pertumbuhan sangat penting untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Kemampuan belajar dan inovasi berkelanjutan sangat penting bagi bisnis untuk beradaptasi dengan kondisi pasar yang berkembang dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Lomineishvili, 2021; Santos-Vijande et al., 2012; Ying, 2010). Pembelajaran organisasi menumbuhkan fleksibilitas strategis, memungkinkan perusahaan untuk menerapkan strategi diferensiasi dan kepemimpinan biaya yang efektif, yang meningkatkan kinerja pelanggan dan bisnis (Santos-Vijande et al., 2012). Selain itu, perusahaan yang berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan karyawan melihat peningkatan yang signifikan dalam produktivitas, inovasi, dan kemahiran kerja secara keseluruhan, yang mengarah pada keunggulan kompetitif (Mustafa & Lleshi, 2024; Thompson, 2005). Pertumbuhan budaya pembelajaran seumur hidup dan kemampuan beradaptasi dalam organisasi tidak hanya meningkatkan kinerja individu tetapi juga berkontribusi pada tingkat inovasi dan efektivitas organisasi yang lebih tinggi.

Pernyataan visi dan misi perusahaan juga memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saingnya dengan memberikan arah strategis yang jelas dan menumbuhkan budaya organisasi yang kuat. Visi dan Misi perusahaan berfungsi sebagai alat komunikasi penting yang mengartikulasikan tujuan, nilai, dan prioritas strategis perusahaan kepada semua pemangku kepentingan, sehingga menyelaraskan upaya menuju tujuan Bersama (Jaewook et al., 2024; Yozgat & Karataş, 2011a). Dengan terus merevisi dan mengadaptasi Visi dan misi perusahaan merupakan cerminan perubahan dalam lingkungan bisnis, perusahaan dapat mempertahankan relevansi dan kelincahan, yang sangat penting untuk mempertahankan keunggulan kompetitif (Su et al., 2023). Selain itu, misi dan visi yang terdefinisi dengan baik dapat menginspirasi dan memotivasi karyawan, yang mengarah pada kinerja dan inovasi yang lebih tinggi, yang merupakan pendorong utama daya saing (Oznacar & Celik, 2022). Perusahaan dengan misi dan visi yang kuat dan jelas berada di posisi yang lebih baik untuk menavigasi kondisi pasar yang dinamis dan mencapai kesuksesan jangka panjang, karena elemen-elemen ini membantu dalam menetapkan prioritas strategis dan memandu proses pengambilan keputusan.

Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan menekankan pentingnya pembelajaran organisasi, pengembangan karyawan, dan inovasi (Al-Husban & Yawson, 2024). Elemen-elemen ini sangat penting untuk menjaga daya saing di pasar yang dinamis. Pernyataan visi

dan misi yang efektif dapat meningkatkan kegiatan pembelajaran dan pertumbuhan ini dengan menyediakan kerangka kerja strategis yang jelas (Correia et al., 2022). Pembelajaran organisasi terbukti memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja Perusahaan (Zhu et al., 2019). Pengembangan visi perusahaan terbukti meningkatkan kinerja perusahaan, dengan berperan sebagai mediator dalam menyelaraskan kegiatan pembelajaran dengan tujuan strategis (Su et al., 2023). Maka dalam hal ini penulis akan mengembangkan hipotesa sebagai berikut:

H1: Perpektif pembelajaran dan pertumbuhan berpengaruh terhadap daya saing Perusahaan.

H2: Visi dan Misi perusahaan berpengaruh terhadap daya saing Perusahaan

H3: Perpektif pembelajaran dan pertumbuhan berpengaruh terhadap Visi dan Misi Perusahaan

H4: Visi dan misi perusahaan memoderasi pengaruh Perpektif pembelajaran dan pertumbuhan terhadap daya saing Perusahaan.

H5: Visi dan misi perusahaan memediasi pengaruh Perpektif pembelajaran dan pertumbuhan terhadap daya saing Perusahaan.

Pengembangan hipotesa tersebut hanya sebagian kecil dari keseluruhan penelitian yang melibatkan variabel lain yaitu Proses bisnis internal, harga, perpesktif pelanggan sebagai variabel bebas yang dapat mempengaruhi daya saing Perusahaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survey. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Megah Sakti Singosari. Sampel penelitian diambil dari keseluruhan populasi, yaitu semua pelanggan yang bertransaksi dengan PT. Megah Sakti Singosari selama periode penelitian berlangsung sebanyak 103 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring yang berisi pernyataan terkait Pembelajaran & Pertumbuhan, visi misi Perusahaan dan daya saing perusahaan.

Demografi responden terlukis dalam tabel sbb:

Tabel 1: Demografi Responden

Kriteria	Item	Jumlah	%
Jenis Kelamin	Laki – Laki	76	74
	Perempuan	27	26
Tingkat Pendidikan	SD	0	0,00
	SMP	2	2
	SMA	21	20
	DIPLOMA	12	12
	S1	60	58

S2

8

8

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Instrumen penelitian ini telah diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan uji validitas konstruk dan uji reliabilitas Cronbach's Alpha (Hair et al., 2019). Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan SEM-PLS untuk menguji pengaruh Proses bisnis Internal, Harga, Perspektif Pelanggan, dan Pembelajaran & Pertumbuhan Persyaratan data penelitian digambarkan dalam tabel sbb (Ringle et al., 2023):

Tabel 2: Kriteria Analisa Data SEM-PLS

Tujuan evaluasi	Kriteria
Reliabilitas indikator	Outer Loading: ≥ 0.708 atau 0,4 (F. Hair Jr et al., 2014)
Keandalan konsistensi internal	Cronbach's $\alpha \geq 0.7$ and < 0.95
Validitas konvergen	Average variance extracted (AVE): ≥ 0.5
Validitas diskriminan	HTMT ≤ 0.85
Kekuatan prediktif dan kesesuaian model	R square and R square Adjusted
Signifikansi dan relevansi koefisien jalur	Pengujian signifikansi berbasis bootstrap; (efek) ukuran koefisien

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Penelitian ini mengadopsi skala pengukuran Likert 5-point untuk mengukur variabel penelitian. Skala Likert 5-point ini dinilai efektif untuk mengukur sikap dan persepsi responden terhadap variabel yang diteliti (Salkind, 2012). Penelitian ini juga mengacu pada penelitian sebelumnya yang telah menggunakan pendekatan serupa dalam mengkaji hubungan antara Proses bisnis Internal, Harga, Perspektif Pelanggan, dan Pembelajaran & Pertumbuhan (Zahoor & Sahaf, 2018; Zairbani et al., 2024). Jawaban responden kemudian dimasukkan kedalam aplikasi smart PLS4 dengan format data csv, dan kemudian dijalankan operasionalisasi PLS Algoritm. Hasil muncul adalah nilai validitas konvergen berupa nilai outer loading. Dalam hal ini penulis menggunakan kriteria dari Hair et al., (2019), yang menyatakan outer loading diatas 0,4 dapat diterima dengan sarat nilai AVE $>0,5$ dan internal konsistensi $>0,7$, yaitu Nilai rho_a dan rho_c $>0,7$.

HASIL

Pengujian pertama dilakukan terhadap nilai validitas konvergen variabel yang diteliti. Nilai outer loading dapat dilihat pada tabe berikut:

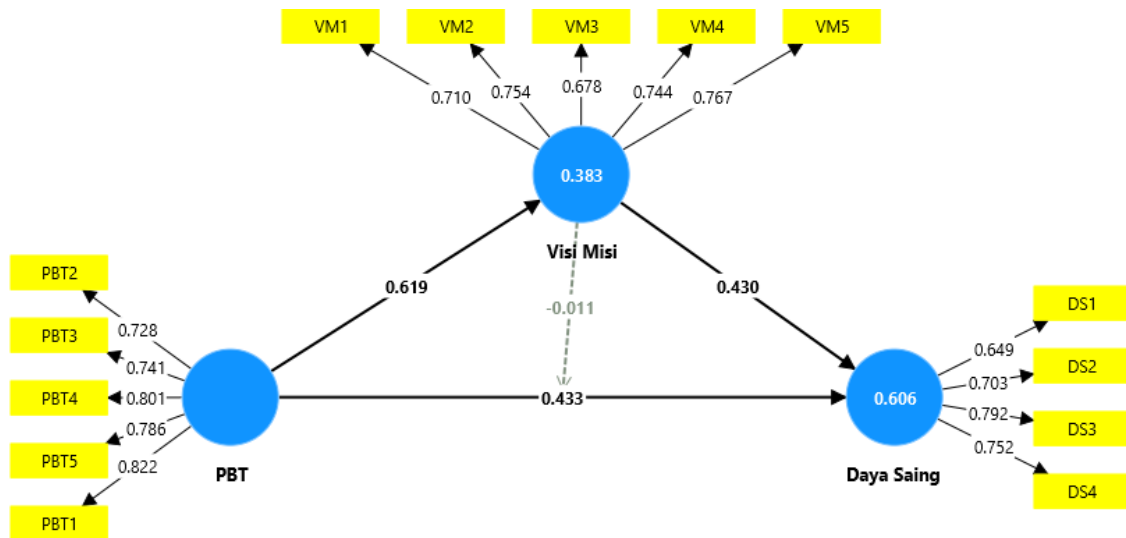
Tabel 3. Validitas konvergen

Variabel	Item Pertanyaan	Pernyataan kuesioner	Outer loadings	Keterangan
Perpektif pembelajaran dan pertumbuhan (PBT)	PBT1	PT Megah Sakti Singosari memiliki karyawan yang kompeten	0.816	Valid
	PBT2	Karyawan PT Megah Sakti Singosari memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan	0.741	Valid
	PBT3	Sistem informasi yang dimiliki PT Megah Sakti Singosari informatif	0.739	Valid
	PBT4	Sistem informasi yang dimiliki PT Megah Sakti Singosari Mudah Diakses	0.796	Valid
	PBT5	Karyawan PT Megah Sakti Singosari memiliki motivasi yang baik dalam melayani	0.783	Valid
Daya saing (DS)	DS1	Harga produk PT Megah Sakti Singosari kompetitif dibandingkan dengan yang ditawarkan Perusahaan Lain lain.	0.679	Valid
	DS2	Produk yang ditawarkan PT Megah Sakti Singosari memenuhi ekspektasi saya	0.694	Valid
	DS3	Saya merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh PT Megah Sakti Singosari	0.769	Valid
	DS4	Karyawan PT. Megah Sakti Singosari menunjukkan profesionalisme dalam pekerjaan mereka.	0.717	Valid
	DS5	Produk baru yang diluncurkan PT Megah Sakti Singosari selalu menarik perhatian saya	0.658	Valid

Visi dan Misi (VM)				
	VM1	Visi dan misi PT Megah Sakti Singosari jelas dan mudah saya bayangkan dalam konteks operasional sehari-hari	0.708	Valid
	VM2	Visi dan misi PT Megah Sakti Singosari menarik dan memotivasi saya untuk terlibat dalam pencapaiannya	0.693	Valid
	VM3	Visi dan misi PT Megah Sakti Singosari realistis dan dapat dicapai berdasarkan sumber daya yang ada	0.628	Valid
	VM4	Visi dan misi PT Megah Sakti Singosari jelas dan tidak membingungkan	0.719	Valid
	VM5	Visi dan misi PT Megah Sakti Singosari cukup fleksibel untuk menyesuaikan dengan perubahan kondisi pasar dan kebutuhan bisnis	0.786	
	VM6	Visi dan misi PT Megah Sakti Singosari mudah dikomunikasikan kepada orang lain dan dipahami oleh semua orang	0.625	Valid

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Nilai Outerloading secara keseluruhan diatas 0,4, namun nilai AVE untuk variabel Visi Misi dan Daya saing masih dibawah 0,5. Maka penulis menghapus indikator dengan nilai outer loading paling kecil yaitu VM6 dan DS5. Maka diperoleh nilai outer loading seperti Nampak pada gambar 1. Kerangka kerja penelitian ini dapat dipahami dengan mudah melalui gambar berikut:



Gambar 2: Outer Loading setelah indikator VM6 dan DS5 dihapus

Parameter prasarat sebelum dilakukan operasionalisasi bootstrap adalah sbb:

Tabel 4. Internal Consistency & Validitas

	Cronbach's alpha	rho_c	rho_a	AVE
Daya Saing	0.698	0.705	0.816	0.527
Perpektif pembelajaran & pertumbuhan	0.836	0.838	0.883	0.602
Visi dan Misi	0.784	0.813	0.850	0.532

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Terlihat pada tabel 4, Nilai rho_c > 0,7 hal ini berarti data yang diperoleh mempunyai reliabilitas atau keandalan yang baik. Penulis lebih cenderung menekankan pemenuhan syarat nilai rho_a dan rho_c > 0,7 dibandingkan nilai Cronbach's alpha. Beberapa penelitian telah membuktikan bahwa nilai tersebut lebih dapat menggambarkan internal consistency dari pada nilai Cronbach's alpha (Toro et al., 2022).

Tabel 5. Discriminant Validity Heterotrait -Monotrait Ratio (HTMT)

HTMT	Daya Saing	Perpektif pembelajaran & pertumbuhan
Perpektif pembelajaran & pertumbuhan	0.892	
Visi Misi	0.916	0.742

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Validitas Discriminat variable bebas dianggap baik apabila Nilainya < 0,9 .

Nilai HTMT variabel Visi misi berada diatas 0,9 namun masih dibawah 0,99 (Ringle et al., 2023). Selanjutnya Kriteria Fornell-lacker adalah metode untuk menilai validitas

diskriminan. Ini didasarkan pada gagasan bahwa akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) untuk variabel laten harus lebih besar daripada korelasi antara variabel laten dan variabel lainnya. Terlihat nilai pada diagonal lebih besar dari nilai disamping kirinya.

Tabel 6. Fornell lacker criterion

Fornell-Larcker Criterion	Daya Saing	Perpektif pembelajaran & pertumbuhan	Visi Misi
Daya Saing	0.726		
Perpektif pembelajaran & pertumbuhan	0.699	0.776	
Visi Misi	0.702	0.619	0.731

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Untuk mendapatkan keyakinan , maka penulis juga mencantumkan nilai cross loading.

Tabel 7. Nilai Cross Loading

cross loading	Daya Saing	Perpektif pembelajaran & pertumbuhan	Visi Misi
DS1	0.649	0.448	0.471
DS2	0.703	0.523	0.454
DS3	0.792	0.598	0.463
DS4	0.752	0.459	0.638
PBT1	0.460	0.822	0.469
PBT2	0.588	0.728	0.491
PBT3	0.638	0.741	0.569
PBT4	0.529	0.801	0.456
PBT5	0.431	0.786	0.361
VM1	0.494	0.459	0.710
VM2	0.442	0.435	0.754
VM3	0.360	0.430	0.678
VM4	0.483	0.444	0.744
VM5	0.710	0.488	0.767

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Selanjutnya kriteria model dikatakan fit/bagus apabila nilai R square positif.

Tabel 7. Uji Inner model

Variabel dependen	R Square	R Square Adjusted
Daya Saing (Y)	0.606	0.594
Visi Misi (Z)	0.383	0.377

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Terlihat nilai R square maupun R square adjusted bernilai positif, diatas 0,38. Maka dikatakan kekuatan pengaruhnya moderat/sedang. Untuk menguji hipotesi maka penulis mendasarkan

kepada nilai signifikansi pada analisa jalur dan efek tidak langsung spesifik. Nilai tersebut terlihat pada tabel 8.

Tabel 8. Uji hipotesis

Hipotesa	Original sample	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STD EV)	P values	R Square
PBT -> Daya Saing	0.433	0.433	0.095	4.574	0.000
Visi Misi -> Daya Saing	0.430	0.432	0.094	4.580	0.000
PBT -> Visi Misi	0.619	0.634	0.098	6.303	0.000
Visi Misi x PBT -> Daya Saing	-0.011	-0.022	0.088	0.129	0.449
PBT -> Visi Misi -> Daya Saing	0.266	0.274	0.075	3.572	0.000

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Dari tabel 8 dan Gambar 2, dapat disimpulkan bahwa:

H1: Perpektif pembelajaran & pertumbuhan berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing dengan kekuatan efek 43,3%

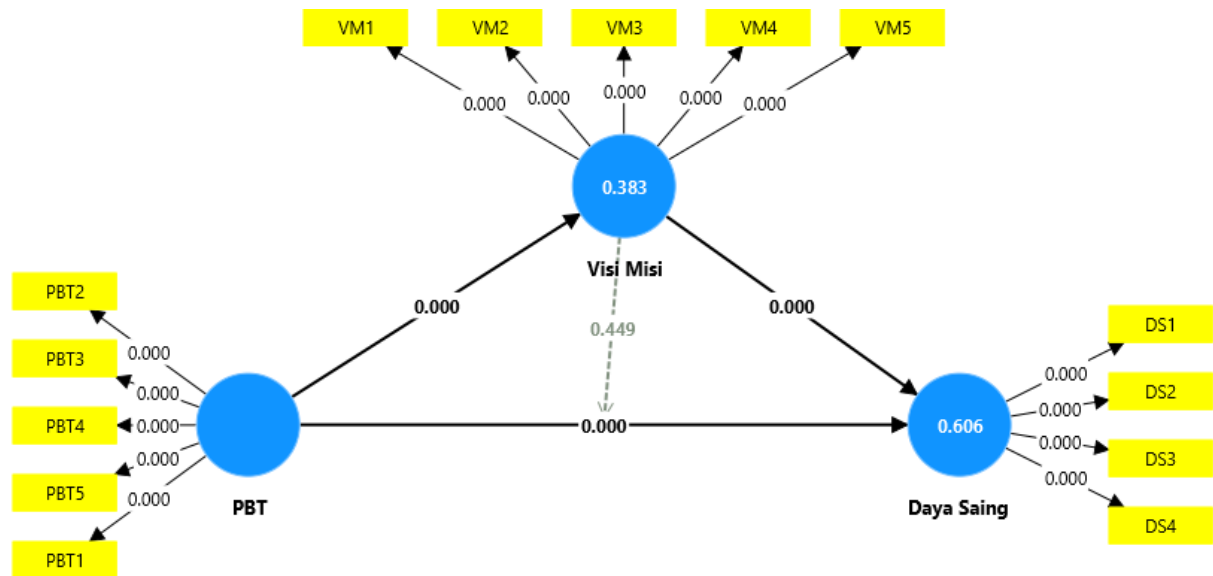
H2: Visi Misi berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing sebesar 43%

H3: Perpektif pembelajaran & pertumbuhan berpengaruh signifikan terhadap Visi Misi dengan efek sebesar 63,4%.

H4: Visi Misi tidak memoderasi hubungan antara Perpektif pembelajaran & pertumbuhan terhadap Daya Saing

H5: Visi Misi memediasi Sebagian hubungan antara Perpektif pembelajaran & pertumbuhan terhadap Daya Saing.

Secara keseluruhan dapat dilihat pada gambar 3 berikut ini:



Gambar 3: Hasil bootstrapping

DISKUSI

Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan secara signifikan memengaruhi daya saing perusahaan dengan meningkatkan inovasi dan kinerja. Penelitian telah menunjukkan bahwa kemampuan belajar organisasi secara langsung mempengaruhi kinerja inovasi perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan (Correia et al., 2022)(López-Zapata et al., 2018). Perusahaan dengan orientasi pembelajaran yang kuat, terbukti lebih baik dalam mengenali dan memanfaatkan peluang, yang mengarah pada peningkatan pertumbuhan dan adaptasi (Wolff et al., 2015). Selain itu, kemampuan belajar dalam penelitian dan pengembangan (R&D) sangat penting untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena memungkinkan perusahaan untuk bertransformasi dan berinovasi secara efektif (Wolff et al., 2015). Selain itu, kemampuan untuk belajar dari perusahaan top dan mengadaptasi praktik terbaik berkorelasi positif dengan peningkatan kinerja Perusahaan (S. Chen et al., 2017). Secara keseluruhan, integrasi strategi pembelajaran dan pertumbuhan dalam perusahaan menumbuhkan budaya peningkatan dan inovasi berkelanjutan. Hal ini penting untuk mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar yang dinamis (Cetindamar et al., 2021; Santos Vijande et al., 2009)

Pernyataan visi dan misi secara signifikan memengaruhi daya saing perusahaan dengan memberikan arah strategis yang jelas dan menumbuhkan budaya organisasi yang terpadu. Pernyataan ini memandu strategi perusahaan, membantu perusahaan menyelaraskan operasi dan tujuan mereka, yang sangat penting untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat (Adebanke Olusola et al., 2022). Perusahaan

dengan pernyataan misi yang terdefinisi dengan baik yang menekankan inovasi dan kepuasan pelanggan cenderung berkinerja lebih baik dalam hal inovasi dan loyalitas pelanggan, yang merupakan komponen kunci dari daya saing (Nwachukwu & Zufan, 2017; Zhang et al., 2015). Selain itu, pernyataan misi yang menggabungkan tanggung jawab sosial dan kelestarian lingkungan dapat meningkatkan citra publik perusahaan dan kepercayaan pemangku kepentingan, yang selanjutnya berkontribusi pada keunggulan kompetitif (Chakraborty & Biswas, 2020). Penyelarasan pernyataan visi dan misi dengan metrik kinerja organisasi, seperti yang disediakan oleh model seperti *Balanced Scorecard*, juga dapat membantu perusahaan secara efektif mengukur dan meningkatkan posisi kompetitif perusahaan. Secara keseluruhan, perumusan strategis dan pelaksanaan pernyataan visi dan misi sangat penting bagi perusahaan yang bertujuan untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Kim et al., 2024; Kukkurainen et al., 2012)

Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan secara signifikan memengaruhi perumusan pernyataan visi dan misi organisasi. Perspektif ini menekankan pentingnya pelatihan dan pengembangan, yang meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan dan produktivitas organisasi secara keseluruhan (Kim et al., 2024; Kukkurainen et al., 2012). Integrasi pembelajaran dan pertumbuhan ke dalam perencanaan strategis memastikan bahwa organisasi tetap adaptif dan kompetitif dalam lingkungan yang berubah dengan cepat (Sar, 2020). Selain itu, keselarasan pernyataan visi dan misi dengan inisiatif pembelajaran dan pertumbuhan membantu dalam mengomunikasikan dengan jelas tujuan jangka panjang organisasi dan keadaan akhir yang diinginkan (Verma, 2020). Keselarasan ini juga menumbuhkan budaya perbaikan dan inovasi berkelanjutan, yang sangat penting untuk mencapai tujuan strategis. Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan tidak hanya mendukung arah strategis organisasi tetapi juga memperkuat komitmennya terhadap pembangunan berkelanjutan dan keterlibatan pemangku kepentingan (Jugo & Armas, 2024; Yozgat & Karataş, 2011b)

Pernyataan Visi dan Misi tidak memoderasi hubungan antara perspektif pembelajaran & pertumbuhan pada Daya Saing perusahaan. Kesimpulan ini didukung oleh beberapa penelitian yang menyoroti dampak terbatas dari pernyataan visi dan misi terhadap berbagai hasil organisasi. Misalnya, satu studi menemukan bahwa pernyataan misi, tanpa pembelajaran yang tepat dari pihak karyawan, mungkin hanya membuang-buang waktu manajemen yang berharga, yang menunjukkan bahwa pernyataan misi saja tidak meningkatkan daya saing (Bart, 2004). Studi lain menunjukkan bahwa meskipun pernyataan misi penting untuk komunikasi strategis, pernyataan tersebut tidak secara signifikan memengaruhi keunggulan kompetitif

Perusahaan (Yozgat & Karataş, 2011b). Selain itu, penelitian tentang kemampuan pembelajaran organisasi menunjukkan bahwa kemampuan ini memiliki dampak yang lebih kuat pada pertumbuhan dan daya saing bisnis daripada elemen struktural seperti pernyataan misi (Letshaba et al., 2020). Selain itu, hubungan antara pembelajaran strategis dan pertumbuhan perusahaan ditemukan dimoderasi secara negatif oleh pembelajaran strategis, menunjukkan bahwa faktor-faktor lain memainkan peran yang lebih penting dalam meningkatkan daya saing (Letshaba et al., 2020). Bukti empiris dari berbagai sektor menunjukkan bahwa pembelajaran dan inovasi organisasi adalah pendorong utama keunggulan kompetitif, daripada adanya pernyataan misi dan visi (Y.-S. Chen et al., 2009; Klindžić & Galetić, 2015)

Pernyataan Visi dan Misi memediasi bagian dari hubungan antara perspektif pembelajaran & pertumbuhan pada daya saing perusahaan. Pernyataan visi dan misi adalah dasar bagi strategi perusahaan, memandu operasi dan menumbuhkan budaya harapan bersama (Adebanke Olusola et al., 2022). Hal ini sangat penting dalam membentuk perilaku dan sikap karyawan, yang pada gilirannya berdampak pada kinerja organisasi (Poongavanam et al., 2019). Perusahaan dengan pernyataan misi yang terdefinisi dengan baik yang menekankan inovasi dan pembelajaran cenderung menunjukkan kinerja inovasi yang lebih baik, yang merupakan komponen kunci dari daya saing (Bart, 2004). Selain itu, pernyataan misi yang selaras dengan praktik pembelajaran organisasi meningkatkan komitmen dan inovasi karyawan, berkontribusi pada keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, pernyataan visi dan misi tidak hanya memberikan arah strategis tetapi juga memediasi hubungan antara inisiatif pembelajaran dan pertumbuhan dan daya saing secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Pernyataan Visi dan Misi tidak memoderasi tetapi memediasi hubungan antara perspektif pembelajaran dan pertumbuhan dengan daya saing perusahaan. Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan memengaruhi pernyataan visi dan misi, yang pada gilirannya mempengaruhi daya saing perusahaan. Efek mediasi ini didukung oleh gagasan bahwa pernyataan misi, ketika diselaraskan dengan praktik pembelajaran organisasi, meningkatkan inovasi dan keunggulan kompetitif. Selain itu, pernyataan visi dan misi memberikan kerangka kerja strategis yang memandu operasi perusahaan dan menumbuhkan budaya harapan bersama, yang sangat penting untuk mempertahankan daya saing. Selain itu, keselarasan pernyataan visi dan misi dengan kemampuan dinamis dan keunggulan kompetitif menggarisbawahi peran mediasi mereka dalam mencapai kinerja perusahaan yang unggul

REKOMENDASI

Penelitian di masa depan harus mengeksplorasi bagaimana komitmen organisasi memengaruhi peran mediasi pernyataan visi dan misi dalam hubungan antara perspektif pembelajaran dan pertumbuhan dan daya saing perusahaan. Hal ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana faktor internal seperti keterlibatan dan komitmen karyawan memengaruhi efektivitas pernyataan visi dan misi dalam meningkatkan daya saing. Juga menganalisis bagaimana peran mediasi pernyataan visi dan misi bervariasi di berbagai sektor. Ini akan membantu dalam memahami apakah dampak pernyataan ini terhadap daya saing konsisten di seluruh industri atau jika ada faktor spesifik sektor yang memengaruhi efektivitasnya. Penelitian semacam itu dapat memberikan strategi yang disesuaikan untuk berbagai sektor untuk memanfaatkan pernyataan visi dan misi mereka secara lebih efektif

REFERENSI

- Adebanke Olusola, S., Olaleke Oluseye, O., Menyene Saviour, U., Joy Iember, K., & Olamilekan Ayomiposi, D. (2022). A Content analysis of the vision and mission statements of top ten leading Universities in Africa. *Cogent Education*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2022.2143648>
- Al-Husban, H., & Yawson, R. M. (2024). The catalytic effect of organizational learning on ambidexterity for firm performance. *European Journal of Training and Development*. <https://doi.org/10.1108/EJTD-03-2024-0040>
- Aspara, J. (2011). Documentation and continuous development of processes for customer management: Implications for profitable growth. *Australasian Marketing Journal*, 19(4), 267–280. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2011.07.002>
- Bart, C. (2004). Innovation, mission statements and learning. *International Journal of Technology Management*, 27(6–7), 544–561. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2004.004901>
- Cetindamar, D., Katic, M., Burdon, S., & Gunsel, A. (2021). The interplay among organisational learning culture, agility, growth, and big data capabilities. *Sustainability (Switzerland)*, 13(23). <https://doi.org/10.3390/su132313024>
- Chakraborty, D., & Biswas, W. (2020). Going green with green HRM practices - A strategic initiative for reinvigorating performance optimization in companies. *Prabandhan: Indian Journal of Management*, 13(10–11), 8–26. <https://doi.org/10.17010/pijom/2020/v13i10-11/156006>
- Chen, S., Wu, S., Mao, C., & Li, B. (2017). Strategic Adjustment Capacity, Sustained Competitive Advantage, and Firm Performance: An Evolutionary Perspective on Bird Flocking and Firm Competition. *Mathematical Problems in Engineering*, 2017. <https://doi.org/10.1155/2017/3807912>
- Chen, Y.-S., Lin, M.-J. J., & Chang, C.-H. (2009). The positive effects of relationship learning and absorptive capacity on innovation performance and competitive advantage in industrial markets. *Industrial Marketing Management*, 38(2), 152–158. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2008.12.003>
- Correia, R. J., Teixeira, M. S., & Dias, J. G. (2022). Dynamic capabilities: antecedents and implications for firms' performance. *International Journal of Productivity and*

- Performance Management*, 71(8), 3270–3292. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-12-2019-0587>
- Dominic, P. D. D., Goh, K. N., Wong, D., & Chen, Y. Y. (2010). The importance of service quality for competitive advantage - With special reference to industrial product. *International Journal of Business Information Systems*, 6(3), 378–397. <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2010.035051>
- F. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS EIGHTH EDITION*. www.cengage.com/highered
- Jaewook, K., Eunji, S., & Gang-Hoon, S. (2024). The missions of companies in the Henokiens Association: Content analyses of their configuration with linkages to business longevity. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(10). <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i10.6643>
- Jugo, R. R., & Armas, K. L. (2024). EDUCATION FOR A SUSTAINABLE FUTURE: ANALYSIS OF UNIVERSITIESVISION AND MISSION STATEMENTS IN LINE WITH GLOBAL SUSTAINABLEDEVELOPMENT GOALS. *Journal of Lifestyle and SDG'S Review*, 4(1). <https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v4.n00.pe01790>
- Kasemsap, K. (2018). The fundamentals of customer relationship management. In *Diverse Methods in Customer Relationship Marketing and Management* (pp. 44–60). <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5619-0.ch003>
- Khazaei Pool, J., Khodadadi, M., & Amirbakzadeh Kalati, E. (2017). Linking internal marketing orientation to balanced scorecard outcomes in small businesses: the case of travel agencies. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 11(3), 297–308. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-03-2016-0024>
- Kim, J., Seo, E., & Seo, G.-H. (2024). The missions of companies in the Henokiens Association: Content analyses of their configuration with linkages to business longevity. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(10), 6643. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i10.6643>
- Klindžić, M., & Galetić, L. (2015). Organizational learning as a source of competitive Advantage – Building a context to support organizational learning. *Ekonomski Pregled*, 66(1), 3–30. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84928155656&partnerID=40&md5=5c2435959964887b0fba59035c14997f>
- Kukkurainen, M. L., Suominen, T., Rankinen, S., Härkönen, E., & Kuokkanen, L. (2012). Organizational vision: Experience at the unit level. *Journal of Nursing Management*, 20(7), 868–876. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2834.2011.01290.x>
- Letshaba, R. K., Maziriri, E. T., Ndoro, T., & Chuchu, T. (2020). Structural differentiation and organisational learning capability as predictors of corporate venturing and business growth among SMES in South Africa. *International Journal of Business and Society*, 21(2), 717–736. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85088263006&partnerID=40&md5=ddf4b8063c06f9c8779dee49723fd7e5>
- Lomineishvili, K. (2021). How entrepreneurial management and continuous learning affect the innovation and competitiveness of companies? *Economic Alternatives*, 2021(3), 459–468. <https://doi.org/10.37075/EA.2021.3.08>
- López-Zapata, E., García-Muiña, F. E., & García-Moreno, S. M. (2018). Organizational learning capability as source of sustained competitive advantage. *Espacios*, 39(4). <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85041619339&partnerID=40&md5=f757dbfa32d7234e613b622861456c5e>
- Maicas, J. P., & Sese, F. J. (2015). Customer-Base Management in Network Industries: The

- Moderating Role of Network Size and Market Growth. *European Management Review*, 12(4), 209–220. <https://doi.org/10.1111/emre.12048>
- Mustafa, B., & Lleshi, S. (2024). The impact of lifelong learning and investments in employee development on employee productivity and performance. *Multidisciplinary Reviews*, 7(8). <https://doi.org/10.31893/multirev.2024175>
- Nijssen, E. J., Guenzi, P., & van der Borgh, M. (2017). Beyond the retention—acquisition trade-off: Capabilities of ambidextrous sales organizations. *Industrial Marketing Management*, 64, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.03.008>
- Nwachukwu, C., & Zufan, P. (2017). Influence of customer focused mission statement on customer satisfaction. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 65(3), 1031–1038. <https://doi.org/10.11118/actaun201765031031>
- Ozkan, F. N., & Sekerkaya, A. (2025). E-servicescape and customer equity based customer loyalty model for digital services. *Electronic Commerce Research and Applications*, 69. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2024.101475>
- Oznacar, B., & Celik, M. (2022). FACTORS THAT LEAD TO CHANGE IN THE MISSION AND VISION STATEMENTS OF ORGANIZATIONS: A RESEARCH ON FIVE-STAR HOTELS OPERATING IN THE TURKISH REPUBLIC OF NORTHERN CYPRUS. *International Journal of Ecosystems and Ecology Science*, 12(1), 225–236. <https://doi.org/10.31407/ijees12.127>
- Poongavanam, S., Vettriselvan, R., Rengamani, J., James, F. A., & Srinivasan, R. (2019). Impact of mission and vision statement on technical industries production units. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 8(2), 423–427. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85067922303&partnerID=40&md5=d35926b9b53f0adb83b92cec1cb52ae7>
- Ringle, C. M., Sarstedt, M., Sinkovics, N., & Sinkovics, R. R. (2023). A perspective on using partial least squares structural equation modelling in data articles. *Data in Brief*, 48. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109074>
- Santika, E. F. (2024). *Data Jumlah Pelaku UMKM Indonesia 2018-2023*. <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/670d149c779b0/data-jumlah-pelaku-umkm-indonesia-2018-2023>
- Santos-Vijande, M. L., López-Sánchez, J. T., & Trespalacios, J. A. (2012). How organizational learning affects a firm's flexibility, competitive strategy, and performance. *Journal of Business Research*, 65(8), 1079–1089. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.09.002>
- Santos Vijande, M. L., Sanzo Pérez, M. J., García Rodríguez, N., & Trespalacios Gutiérrez, J. A. (2009). Learning processes in small - and medium- sized companies (SMSC): Effects on innovation, quality of supply and business results. *Innovar*, 19(33), 35–54. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-70349563934&partnerID=40&md5=ee2bfad6b8bff2e1838f877784d447ab>
- Sar, A. K. (2020). The dynamics of learning and growth perspective and dynamic capabilities: A study of Indian IT industry. *International Journal of Knowledge-Based Development*, 11(3), 244–267. <https://doi.org/10.1504/ijkbd.2020.112799>
- Su, A., Cai, X., Liu, X.-S., Tao, X.-N., Chen, L., & Wang, R. (2023). Talk the walk: how corporate vision works for performance. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2022-0355>
- Thompson, D. (2005). People are the power. *Quick Printing*, 28(12), 32–34. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-27744571429&partnerID=40&md5=3fdd3f084ee321754c3b314963eee8a2>
- Toro, R., Peña-Sarmiento, M., Avendaño-Prieto, B. L., Mejía-Vélez, S., & Bernal-Torres, A. (2022). Empirical Analysis of Cronbach's Alpha Coefficient as a Function of Question Response Options, Sample Size and Outliers. *Revista Iberoamericana de Diagnostico y*

- Evaluacion Psicologica*, 63(2), 17–30. <https://doi.org/10.21865/RIDEP63.2.02>
- Verma, B. (2020). Revisiting the mission and vision of the ASABE foundation. *Resource: Engineering and Technology for Sustainable World*, 27(6), 17–20. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85102051569&partnerID=40&md5=419d80df5eb8120b5ccf3f1c9f35a80b>
- Wolff, J. A., Pett, T. L., & Ring, J. K. (2015). Small firm growth as a function of both learning orientation and entrepreneurial orientation: An empirical analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 21(5), 709–730. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-12-2014-0221>
- Yari, M. A., Modiri, M., Damghani, K. K., & Hafshjani, K. F. (2023). Measuring Customer Satisfaction Using Multi-Criteria Analysis Model of Customer Satisfaction to Evaluate Product Lines (Case Study: Kaveh Glass Industrial Group). *Journal of Information and Organizational Sciences*, 47(2), 283–304. <https://doi.org/10.31341/jios.47.2.3>
- Ying, L. (2010). Research on the organizational learning mechanism based on the core competitiveness. *2010 International Conference on E-Product E-Service and E-Entertainment, ICEEE2010*. <https://doi.org/10.1109/ICEEE.2010.5660210>
- Yozgat, U., & Karataş, N. (2011a). Going green of mission and vision statements: Ethical, social, and environmental concerns across organizations. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 1359–1366. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.110>
- Yozgat, U., & Karataş, N. (2011b). Going Green of Mission and Vision Statements: Ethical, Social, and Environmental Concerns across Organizations. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 1359–1366. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.110>
- Zahoor, A., & Sahaf, M. A. (2018). Investigating causal linkages in the balanced scorecard: an Indian perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 184–207. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2016-0128>
- Zairbani, A., Doddauarthi Basavaraj, C., SriSai, V., Jaya Prakash, S. K., & Anitha Kumari, P. (2024). Investigate the distinctive link between a balanced scorecard and organizational performance in IT and non-IT sectors. *International Journal of Quality and Reliability Management*. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-07-2023-0239>
- Zhang, H., Garrett, T., & Liang, X. (2015). The effects of innovation-oriented mission statements on innovation performance and non-financial business performance. *Asian Journal of Technology Innovation*, 23(2), 157–171. <https://doi.org/10.1080/19761597.2015.1074495>
- Zhu, C., Liu, A., & Wang, Y. (2019). Integrating organizational learning with high-performance work system and entrepreneurial orientation: a moderated mediation framework. *Frontiers of Business Research in China*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s11782-019-0057-y>