

PEMAHAMAN MAKNA VISI DAN MISI SERTA IMPLIKASINYA BAGI PEMIMPIN ORGANISASI KRISTEN DAN PENYELENGGARA PENDIDIKAN

Yakub Hendrawan Perangin Angin¹, Tri Astuti Yeniretnowati²

Universitas Negeri Jakarta

Email: yakub_9917922005@mhs.unj.ac.id¹, tri_9917922004@mhs.unj.ac.id²

Abstract

It cannot be denied that the importance of understanding the meaning of vision and mission for Christian leaders in organizing good, high-quality and even excellent church service organizations and Christian education has become a need and demand from stakeholders (all parties involved). This research is intended to make leaders of Christian organizations in particular increasingly aware of the central role of understanding vision, mission and their relationship to strategy in managing a good organization. The research method used is qualitative with a literature study approach. The conclusions of this research show how understanding the meaning of vision and mission has at least three implications for Christian leaders, namely: First, having a vision and mission for organizing religious organizations and Christian education. Second, train and become a person who has a biblical vision. Third, realizing the achievement of the organization's vision and mission through the right strategy.

Keywords: *Meaning of Vision, Understanding Mission, Vision and Strategy, Christian Leader*

Abstrak

Tidak dapat dipungkiri pentingnya pemahaman makna visi dan misi bagi pemimpin Kristen dalam penyelenggaraan organisasi pelayanan gereja dan pendidikan Kristen yang baik, berkualitas bahkan prima sudah menjadi kebutuhan dan tuntutan dari stakeholders (semua pihak yang terkait). Penelitian ini ditujukan agar para pemimpin organisasi Kristen khususnya semakin menyadari peran sentral pemahaman visi, misi dan keterkaitannya dengan strategi dalam mengelola organisasi yang baik. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi pustaka. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bagaimana pemahaman makna visi dan misi berimplikasi pada pemimpin Kristen paling tidak ada tiga hal, yaitu: Pertama, Memiliki visi, misi penyelenggaraan organisasi keagamaan dan pendidikan Kristen. Kedua, Melatih dan menjadi pribadi yang memiliki visi alkitabiah. Ketiga, Mewujudkan pencapaian visi dan misi organisasi melalui strategi yang tepat.

Kata Kunci: Makna Visi, Pemahaman Misi, Visi dan Strategi, Pemimpin Kristen

PENDAHULUAN

Banyak orang tidak memiliki pemahaman tentang arti pentingnya visi bagi keberhasilan masa depan organisasi. Padahal, visi dengan artikulasi yang jelas dan

Yakub Hendrawan Perangin Angin, Tri Astuti Yeniretnowati

inspirasi, akan dapat memotivasi dan menghimpun kekuatan sumber daya organisasi untuk merealisasikan tujuan organisasi (Sampurno 2011:13). Banyak pernyataan visi dan misi dibuat oleh organisasi dan ditampilkan dalam bentuk *flyer*, spanduk, bahkan figura agar diketahui seluruh anggota organisasi bahkan orang di luar organisasi, namun seringkali tidak semua anggota organisasi memahami maksud dan makna pernyataan visi dan misi tersebut. Tidak sedikit organisasi termasuk organisasi dalam Kristen, apakah gereja atau lembaga pendidikan memiliki dan mengembangkan pernyataan visi dan misi (David and David 2019:30). Hal senada juga disampaikan oleh Victor P.H. Nikijuluw dan Aristarchus Sukarto, bahwa: "Banyak gereja dan organisasi kristiani yang kurang jelas visinya, demikian juga banyak anggota gereja yang tidak memahami visi gerejanya. Bagaimana gereja bisa melakukan kegiatan pelayanan dan persekutuan dengan jelas bila visi yang mengarahkan itu tidak ada atau tidak jelas?. Kepemimpinan diawali dengan visi, sebab itu, seorang pemimpin harus merumuskan dan menetapkan visi organisasinya"(Nikijuluw and Sukarto 2014). Sendjaya seorang Profesor kepemimpinan Kristen menyatakan hal yang sama bahwa: "Hari ini tidak sedikit gereja yang menyatakan memiliki visi, namun hanya sebatas retorika belaka. Bahkan ada pemimpin gereja yang tidak tahu ke arah mana dirinya memimpin gerejanya"(Sendjaya 2004).

Tanpa visi, seseorang tidak akan berhasil dalam pemasaran. Hal ini berlaku dalam memasarkan the kotak, kendaraan bermotor, computer, ataupun gereja. Jika seseorang sungguh-sungguh ingin memasarkan gereja dengan berhasil, seseorang itu harus mulai dengan visi yang jelas. Sayang sekali, jarang ada gereja yang dipimpin oleh seseorang atau sekelompok orang yang memiliki suatu visi yang jelas sekali. Pengalaman menunjukkan, lebih sering terjadi bahwa gereja yang bertumbuh secara konsisten dan yang memiliki dampak yang terbesar di dalam pelayanan ialah gereja yang bekerja sesuai dengan visi pelayanannya (Barna 1993:65). Setiap organisasi termasuk organisasi yang bergerak dalam bidang pendidikan mempunyai tujuan dan alasan yang unik untuk keberadaannya. Keunikan ini harus dicerminkan dalam visi dan misi (Rachmat 2014:114).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan riset pustaka. *Pertama*, dilakukan penjarangan permasalahan dan fenomena yang dihadapi pemimpin dalam organisasi pelayanan dan pendidikan Kristen. *Kedua*, dilakukan pengelompokan berbagai pandangan para ahli terkait makna visi dan misi dalam praktik organisasi dan penyelenggaraan pendidikan Kristen yang baik dan efektif itu. *Ketiga*, menjelaskan makna pentingnya pemahaman visi dan misi serta kaitannya dengan strategi pemimpin dalam mengelola organisasi pelayanan dan pendidikan Kristen. *Keempat*, melakukan analisis tentang implikasi dari pemahaman makna visi dan misi yang benar bagi pemimpin Kristen yang berdampak positif signifikan bagi kehidupan organisasi yang dipimpinnya. *Kelima*, Hasil analisis selanjutnya diuraikan secara deskriptif dan sistematis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian dan Pemahaman Tentang Visi

Visi pada dasarnya adalah keinginan akan menjadi apa organisasi di masa depan (Sampurno 2011). Visi organisasi sering dirancang untuk menyatakan aspirasi dari kepemimpinan eksekutif (Sedarmayanti 2018:101). Visi adalah jati diri yang membedakan organisasi dengan organisasi lain (Wibowo 2020:8). Visi organisasi adalah pernyataan konkret tentang tujuan yang ingin dicapai dan cita-cita yang ingin diwujudkan (Kasahara 2020:41). Visi menggambarkan aspirasi dasar atau mimpi dari sebuah organisasi yang biasanya merupakan inisiatif pendiri atau pemimpin organisasi dengan dukungan dari semua anggota organisasi. Visi menggambarkan keberhasilan masa depan yang ingin dicapai, berjangka waktu 10-20 tahun (Isnati and Fajriansyah 2019:18). Visi menjawab pertanyaan, apa yang ingin di capai. Keberadaan visi diperlukan organisasi guna mengeliminasi kemungkinan adanya orientasi yang salah dan memberikan arah ke mana organisasi akan dikembangkan. Hal senada disampaikan oleh Prof. Mudrajad Kuncoro, bahwa visi adalah suatu pernyataan komprehensif tentang apa yang diinginkan oleh pemimpin organisasi, mengapa suatu organisasi berdiri dan apa yang diyakininya, atau gambaran masa depan organisasi (Kuncoro 2020:110). Visi juga memberikan peran kunci dan sentral dalam memformulasikan dan mengimplementasikan strategi organisasi. Visi berkontribusi dalam mendefinisikan domain atau area bisnis atau area pelayanan organisasi dan seringkali menjelaskan nilai-nilai etis yang diyakini organisasi. Penelitian menunjukkan bahwa organisasi-organisasi yang sukses adalah organisasi-organisasi yang memiliki visi dan berkomitmen untuk memenuhinya selama jangka waktu yang panjang (Wibowo 2020).

Pernyataan dan Karakteristik Visi Yang Baik dan Efektif

Pernyataan (*statement*) visi harus realistis dan meyakinkan, mempunyai artikulasi yang baik, mudah dipahami, ambisius dan responsif terhadap perubahan. Visi harus konsisten dengan nilai-nilai organisasi serta memberikan tantangan dan inspirasi kepada seluruh elemen yang ada di dalam organisasi (Sampurno 2011). Pernyataan visi menyajikan maksud strategi organisasi yang memfokuskan energi dan sumber daya organisasi pada pencapaian masa depan yang diinginkan (Sedarmayanti 2018). Pernyataan visi yang baik mengungkapkan pelanggan, produk atau jasa, teknologi, pasar, pemikiran untuk bertahan hidup (pertumbuhan dan keuntungan), pemikiran untuk anggota organisasi, pemikiran untuk citra public, dan organisasi (Rachmat 2014). Syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk membuat pernyataan visi adalah: Pertama, Berorientasi ke depan. Kedua, Tidak dibuat berdasarkan kondisi pada saat ini. Ketiga, Mengekspresikan kreativitas. Keempat, Berdasarkan pada prinsip nilai-nilai yang mengandung penghargaan bagi masyarakat (Isnati and Fajriansyah 2019).

Diperlukan visi yang baik dengan mencakup hal-hal penting sebagai berikut agar suatu visi pada organisasi sukses, yaitu: *Pertama*, Jelas. *Kedua*, Koheren. *Ketiga*, Konsisten. *Keempat*, Komunikatif. *Kelima*, Fleksibel (Isnati and Fajriansyah 2019). Beberapa karakteristik dari visi yang efektif dapat meningkatkan keunggulan dari suatu organisasi, yaitu: Pertama, Visi harus membangkitkan semangat. Kedua, Visi harus jelas

Yakub Hendrawan Perangin Angin, Tri Astuti Yeniretnowati

menarik dan memiliki keunggulan. Ketiga, Visi harus bisa dipertimbangkan dan relevan di masyarakat, fleksibel, dan tahan uji dari waktu ke waktu. Keempat, Visi harus stabil, tetapi secara konstan unggul dan berubah ketika diperlukan. Kelima, Visi adalah rambu-rambu dan control mengendalikan segala sesuatunya. Keenam, Visi memberikan wewenang kepada semua pihak terkait. Keenam, Visi bersiap-siap menghadapi masa depan dan menghormati masa lalu. Ketujuh, Visi harus terperinci (Isnati and Fajriansyah 2019).

Ada empat proses perumusan visi, yaitu: Pertama, tentukan rentang waktu dan lingkup analisis secara tepat. Kedua, identifikasi tren sosial, ekonomi, politik, dan teknologi yang akan memengaruhi masa depan. Ketiga, identifikasi kondisi persaingan. Keempat, evaluasi sumber daya dan kapabilitas internal (Rachmat 2014). Kriteria visi yang baik menurut Prof. Sedarmayanti, adalah: Singkat, sederhana, jelas; Menarik, mudah diingat; Sesuai nilai-nilai organisasi; Bersifat melibatkan semua orang; Inspirasional, menantang; Deskripsi suatu kondisi ideal; Memberi arah bisnis yang akan datang; Memberi kriteria dalam pengambilan keputusan; Memiliki batas waktu (*up to date*) (Sedarmayanti 2018).

Mengandung setidaknya lima dimensi, ada lima pertanyaan yang harus ditanyakan dan dijawab agar visi perusahaan jelas dan terfokus, yaitu: Pertama, Apakah kepercayaan atau focus untuk pengembangan bisnis ke depan?. Kedua, Apakah ruang lingkup produk dan pasar yang akan dan tidak akan dipertimbangkan?. Ketiga, Apakah penekanan ke depan atau prioritas dan bauran produk dan pasar yang termasuk dalam lingkup/scope?. Keempat, Apakah kemampuan-kemampuan kunci yang diperlukan untuk membuat visi sdtratejik menjadi kenyataan?. Kelima, Apakah pengaruh visi terhadap pertumbuhan dan harapan?. Menjawab kelima pertanyaan strategik tentang visi tersebut akan menjadikan sebuah perusahaan menuju sebuah penjelasan yang cukup sederhana dan jelas serta focus kepada interpretasi dan kegiatan kepada semua peluang dan tantangan dari lingkungan eksternal.

Misi Organisasi***Pengertian dan Pemahaman Tentang Misi***

Misi organisasi adalah tujuan atau alasan mengapa organisasi hidup (Hunger and Wheelen 2003:13). Misi pada dasarnya adalah suatu pernyataan tentang tujuan umum organisasi: alasan keberadaan organisasi; siapa organisasi; apa yang dilakukan organisasi; untuk siapa organisasi melakukannya; mengapa organisasi melakukannya (Sampurno 2011). Misi organisasi didefinisikan sebagai nilai yang ditawarkan organisasi kepada masyarakat dan peran sosial yang harus dipenuhi (Kasahara 2020). Misi dapat dianggap sebagai peran sosial organisasi, dalam hal menjelaskan nilai yang diberikan kepada masyarakat secara keseluruhan. Tak perlu dikatakan lagi pentingnya misi bagi sebuah organisasi (Kasahara 2020). Melalui pernyataan misi, organisasi ingin menjawab pertanyaan: "Bagaimana mencapai tujuan organisasi?", diawali dengan pernyataan tentang apa yang dilakukan organisasi saat ini (Wibowo 2020). Misi organisasi menggambarkan mengapa organisasi ada dan memandu apa yang seharusnya dilakukan. Misi dapat didefinisikan sebagai alasan atau tujuan suatu organisasi berdiri (Supanto 2019). Misi organisasi adalah pernyataan luas dan kekal

Yakub Hendrawan Perangin Angin, Tri Astuti Yeniretnowati

mengenai niat suatu organisasi. Misi ini mencakup falsafah dari para pengambil keputusan strategi organisasi, mengindikasikan citra yang ingin diproyeksikan organisasi, mencerminkan konsep diri organisasi, dan mengindikasikan bidang produk atau jasa utama serta pelanggan utama yang ingin dilayani organisasi (Sedarmayanti 2018).

Suatu organisasi mutlak perlu merumuskan misi yang akan diemban karena misi itulah yang berperan sebagai pemandu tindakan eksekutif di masa depan (Siagian 2019:43). Misi mengembangkan harapan pada anggota organisasi dan mengkomunikasikan pandangan umum untuk pihak-pihak terkait organisasi. Misi memberitahukan siapa dan apa yang organisasi lakukan (Hunger and Wheelen 2003). Misi adalah maksud dan kegiatan utama yang membuat organisasi memiliki jati diri yang khas dan sekaligus membedakannya dari organisasi lain yang bergerak dalam bidang usaha yang sejenis (Siagian 2019).

Pernyataan Misi

Pernyataan misi lebih dari pernyataan detail spesifik, hal tersebut merupakan deklarasi sikap dan pandangan. Beberapa karakteristik pernyataan misi yang baik mencakup: Pertama, Lingkupnya luas. Kedua, Panjangnya kurang dari 250 kata. Ketiga, Menginspirasi. Keempat, Mengidentifikasi kegunaan produk perusahaan. Kelima, Mengungkapkan bahwa perusahaan bertanggung jawab pada masyarakat. Keenam, Mengungkapkan bahwa perusahaan bertanggung jawab pada lingkungan. Ketujuh, Mencakup Sembilan komponen pelanggan, produk atau Jasa, pasar, teknologi, perhatian akan ketahanan/pertumbuhan/laba, filosofi, konsep diri, perhatian atas citra public, perhatian untuk karyawan. Kedelapan, Reconciliatory. Kesembilan, Terus-menerus (David and David 2019).

Pernyataan misi yang disusun dengan baik mendefinisikan tujuan mendasar dan unik yang membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan lain, dan mengidentifikasi jangkauan operasi organisasi dalam produk yang ditawarkan dan pasar yang dilayani (Hunger and Wheelen 2003). Misi dapat ditetapkan secara sempit atau secara luas. Tipe pernyataan misi sempit menegaskan secara jenis bisnis utama organisasi, misi ini juga secara jelas membatasi jangkauan aktivitas organisasi yang berhubungan dengan produk atau jasa yang ditawarkan, teknologi yang digunakan, dan pasar yang dilayani. Sebaliknya, misi luas melebarkan jangkauan aktivitas organisasi untuk memasukkan banyak tipe produk atau jasa, pasar dan teknologi (Hunger and Wheelen 2003). Misi merupakan suatu bentuk pernyataan umum tetapi bersifat lestari oleh manajemen puncak yang mengandung niat organisasi yang bersangkutan. Meskipun bersifat umum, rumusan suatu misi biasanya mengandung pernyataan tentang filsafat bisnis yang dianut oleh manajemen puncak, memberikan gambaran tentang citra yang ingin diproyeksikan agar dikenali oleh berbagai pihak yang berkepentingan, mencerminkan pandangan organisasi tentang dirinya sendiri, bidang usaha yang akan ditekuni dalam arti produk barang dan atau jasa yang menjadi andalan organisasi dan kebutuhan pelanggan atau penggunaan jasa yang ingin dipuaskan oleh organisasi (Siagian 2019). Adapun misi yang ingin dicapai oleh suatu organisasi mencakup: Pertama, publik atau pengguna jasa yang hendak

Yakub Hendrawan Perangin Angin, Tri Astuti Yeniretnowati

dilayani. Kedua, jasa utama yang ditawarkan. Ketiga, wilayah geografis yang dilayani. Keempat, komitmen organisasi terhadap pilihan teknologi. Kelima, komitmen organisasi terhadap alternatif tujuan. Keenam, elemen kunci dalam filosofi organisasi. Ketujuh, konsep kedirian dan citra organisasi (Rachmat 2014).

Perumusan misi, Pertama, merupakan hakikat didirikannya organisasi yang dapat mencakup penggambaran tujuan pembentukan organisasi, kegiatan dan kiat organisasi. Kedua, merupakan fondasi penyusunan perencanaan strategi yang menunjukkan pentingnya organisasi. Ketiga, harus jelas menyatakan kepedulian organisasi terhadap kepentingan pelanggan. Keempat, dapat mengundang partisipasi masyarakat luas terhadap perkembangan bidang utama yang digeluti (Sedarmayanti 2018). Pernyataan Misi dapat bervariasi bentuk, Panjang, isi dan spesifikasinya. Pada umumnya terdapat delapan karakteristik penting yang dapat dipakai sebagai pertimbangan dalam penyusunan misi perusahaan.

Proses Perumusan dan Manfaat Keuntungan Memiliki Visi dan Misi Yang Jelas

Visi organisasi biasanya diartikulasikan oleh pimpinan kemudian dilakukan sharing dan didiskusikan dengan staf secara intensif sehingga visi tersebut dipahami dan dihayati secara luas oleh seluruh elemen yang ada dalam organisasi. Dengan pemahaman dan penghayatan yang intens terhadap visi, akan menciptakan energi organisasi yang besar karena adanya kesadaran kolektif dalam mencapai tujuan dan cita-cita Bersama. Visi dapat mempersatukan personal organisasi dalam satu impian yang sama tentang masa depan organisasi dan untuk itu diperlukan satu komitmen dan dedikasi yang kuat untuk mewujudkannya (Sampurno 2011).

Beberapa keuntungan bagi organisasi yang memiliki visi dan misi yang jelas, yaitu: Pertama, Mendapatkan tujuan yang jelas di antara semua manajer dan karyawan. Kedua, Memberikan dasar untuk semua aktivitas perencanaan strategik lainnya, termasuk penilaian internal dan eksternal, menentukan tujuan, mengembangkan strategi, memilih di antara berbagai strategi, merancang kebijakan, menetapkan struktur organisasi, mengalokasikan sumber daya, dan mengevaluasi kinerja. Ketiga, Menyediakan arahan. Keempat, Memberikan poin penting untuk semua pemangku kepentingan perusahaan. Kelima, Menyelesaikan sudut pandang yang berbeda di antara manajer. Keenam, Memberikan rasa berbagi harapan di antara semua manajer dan karyawan. Ketujuh, Memperkuat niat dan nilai untuk semua pemegang saham. Kedelapan, Memperkuat organisasi yang terorganisasi dan termotivasi untuk memberikan dukungan. Kesembilan, Memperoleh kinerja organisasi yang lebih tinggi. Kesepuluh, Mencapai sinergi di antara manajer dan karyawan. Pernyataan misi adalah pengingat konstan kepada anggota organisasi tentang alasan organisasi berdiri dan apa visi pendirinya ketika mempertaruhkan nama besar dan modal untuk mencapai mimpi organisasi tersebut (David and David 2019).

Kaitan Visi, Misi, Tujuan, Sasaran dan Proses Manajemen Strategis

Penting bagi organisasi untuk memiliki pernyataan visi dan misi dalam organisasinya. Jika visi adalah apa yang ingin dicapai di masa depan, misi adalah bagaimana mencapai tujuan (Wibowo 2020). Untuk membumikan visi dan agar lebih

Yakub Hendrawan Perangin Angin, Tri Astuti Yeniretnowati

berfokus pada keinginan organisasi guna menjadi organisasi seperti apa di masa depan maka diperlukan tujuan (*goals*) dan sasaran (*objectives*) dalam jangka waktu yang lebih pendek. Dengan kata lain, tujuan dan sasaran menjadi batu pijakan guna sesuatu yang lebih besar di masa depan. Perbedaan antara tujuan dan sasaran didasarkan pada bentuk dari target organisasi tersebut. Tujuan biasanya jangka panjang, luas, dan dapat dicapai, tetapi belum tentu dapat diukur. Tujuannya membantu menjaga fokus pada konten yang ditargetkan. Tujuan dapat dicerminkan dalam target bentuk kualitatif. Sementara itu, sasaran mencerminkan target jangka pendek dan menengah dalam bentuk kuantitatif dan dapat diukur. Dikarenakan berjangka waktu lebih pendek dan konkret, tujuan dan sasaran dianggap juga lebih baik (dibanding visi yang lebih abstrak) dalam memotivasi anggota organisasi sekaligus mendorong struktur penghargaan formal untuk diterapkan (Wibowo 2020). Tujuan pada dasarnya adalah konversi dari visi dan misi yang dielaborasi menjadi target spesifik kinerja yang ingin dicapai oleh organisasi. Tujuan ini harus dapat diukur (*measurable*) sehingga pada periode tertentu dapat dievaluasi pencapaiannya. Setiap unit dalam organisasi perlu membuat target yang konkret dan dapat diukur serta memberikan kontribusi yang bermakna pada tujuan organisasi secara keseluruhan (Sampurno 2011). Tujuan membantu menjaga fokus intruksi pada konten yang ditargetkan. Sasaran menginformasikan hasil pencapaian tertentu maksud dari dibuatnya tujuan utama dan sasaran adalah mengonversi visi menjadi target kinerja yang spesifik serta membuat tolok ukur untuk melacak kinerja. Untuk itu tujuan dan sasaran sedapat mungkin tujuan dan sasaran sedapat mungkin dikuantifikasi, diukur, dan memberikan tenggat waktu kapan harus dicapai (Wibowo 2020).

Berdasarkan perspektif organisasi, kinerja terbagi menjadi dua yakni kinerja finansial dan kinerja strategik. Kinerja finansial sangat penting karena tanpa profitabilitas yang memadai organisasi tidak akan dapat mencapai tujuannya bahkan mungkin organisasi sulit untuk *survive*. Pimpinan organisasi mesti memperhatikan strategi organisasi terkait daya saingnya (*competitiveness*) dan posisi bisnisnya dalam jangka Panjang. Dalam konteks ini maka pimpinan organisasi mesti menetapkan secara tepat tujuan atau target kinerja finansial maupun kinerja strategik (Sampurno 2011).

Tujuan finansial mencakup antara lain: pertumbuhan pendapatan, *return on investment*, *economic added value* (EVA), pertumbuhan deviden dan *cash flow*. Sedangkan yang termasuk dalam tujuan strategik antara lain: *market share*, kemampuan inovasi (*innovativeness*), kepemimpinan teknologi (*technological leadership*), keunggulan daya saing yang *sustainable* (*sustainable competitive advantage*), dan pertumbuhan atraktif (*attractive growth*). Dengan kata lain manajemen tidak hanya koncern pada pencapaian kinerja finansial organisasi tetapi juga harus memperhatikan vitalitas daya saing organisasi, posisi bisnis dan prospek bisnis jangka Panjang (Sampurno 2011).

Umumnya, proses manajemen strategis diawali dengan pernyataan misi organisasi yang berfungsi sebagai rangka atau konteks bagaimana strategi akan disusun (Wibowo 2020). Visi juga mengartikulasi ambisi dan sekaligus yakin akan dicapai sehingga mampu memotivasi semua anggota organisasi untuk bekerja merealisasikannya. Visi organisasi harus mampu mengeliminasi disorientasi dan

Yakub Hendrawan Perangin Angin, Tri Astuti Yeniretnowati

menyediakan arah ke depan, berperan sentral dalam formulasi dan implementasi strategi, mendefinisikan domain bisnis atau pelayanan organisasi, sekaligus menjelaskan nilai-nilai yang menjadi pegangan organisasi.

Formulasi visi amat penting sebagai arah strategi dan pedoman melaksanakan strategi yang diformulasikan. Visi yang terumuskan dengan baik setidaknya harus memiliki dua unsur utama, yaitu ideologi inti dan membayangkan masa depan (Kuncoro 2020). Banyak organisasi saat ini mengembangkan pernyataan visi yang menjawab pertanyaan “Organisasi akan menjadi seperti apa?”. Mengembangkan pernyataan visi sering kali dipertimbangkan sebagai langkah pertama dalam perencanaan strategik, mendahului pengembangan pernyataan misi. Banyak pernyataan visi merupakan kalimat tunggal. Pernyataan misi menempatkan pertanyaan dasar yang akan dihadapi oleh semua penyusun strategi: “Apakah produk atau jasa bisnis organisasi?”. Pernyataan misi yang jelas menjelaskan nilai dari prioritas dari organisasi. Mengembangkan pernyataan misi memaksa para penyusun strategi untuk berpikir mengenai sifat dan lingkup operasi saat ini dan untuk mengukur potensi daya tarik pasar serta aktivitas di masa yang akan datang. Pernyataan misi secara luas menentukan arah di masa yang akan datang dalam organisasi (David and David 2019). Keputusan tentang misi adalah keputusan strategis yang paling penting, karena misi dimaksudkan untuk memandu seluruh organisasi. Misi merupakan langkah awal dari proses pengembangan strategi organisasi (Supanto 2019).

Suatu misi organisasi menjelaskan produk, pasar, dan teknologi yang menjadi sasaran kegiatan seluruh organisasi yang bersangkutan dan dinyatakan sedemikian rupa sehingga tergambar pula sistem nilai dan skala prioritas yang dianut oleh para pengambil keputusan strategik dalam organisasi (Siagian 2019). Penelitian mengungkapkan bahwa organisasi yang sukses adalah organisasi yang memiliki visi dan berkomitmen untuk memenuhinya selama jangka waktu yang panjang (Wibowo 2020).

Strategi organisasi harus mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan fundamental bisnis: apakah organisasi harus berkonsentrasi pada bisnis tunggal atau membangun diversifikasi dengan kelompok usaha yang luas; apakah beroperasi dengan segmen *customer* yang luas atau bergerak hanya pada *niche* market tertentu; apakah akan membangun keunggulan daya saing yang berbasis biaya rendah atau keunikan produk, bagaimana merespons perubahan preferensi konsumen, seberapa luas secara geografis wilayah pasar yang akan dicakup dan bagaimana organisasi akan tumbuh dalam jangka panjang. Strategi harus menentukan pilihan-pilihan yang tepat dan terbaik hasilnya bagi organisasi. Strategi harus bisa mempertemukan (*fit and match*) antara sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki oleh organisasi dengan tantangan eksternal dan dinamika persaingan di masa kini dan dimasa depan. Tujuan (*objectives*) pada dasarnya adalah “the end” dan strategi adalah “the mean” untuk mencapainya (Sampurno 2011).

Strategi dapat terjadi dari beberapa gabungan sebagai berikut: Pertama, dikehendaki atau disusun. Kedua, reaksi terhadap perkembangan yang tidak diantisipasi sebelumnya, kondisi pasar baru dan tekanan persaingan. Ketiga, pembelajaran kolektif organisasi yang berlangsung sepanjang waktu (Sampurno 2011).

Yakub Hendrawan Perangin Angin, Tri Astuti Yeniretnowati

Kondisi masa depan bisnis penuh ketidakpastian dan sulit untuk diprediksi. Realitas ini mengharuskan para pimpinan untuk melakukan perbaikan strategi secara terus menerus berdasarkan pembelajaran dan pengalamannya selama ini. Aktivitas-aktivitas organisasi, apakah itu direncanakan sebelumnya atau reaksi terhadap situasi dan kondisi yang dihadapi oleh organisasi, tidak terlalu menjadi masalah sepanjang aktivitas tersebut masih dalam ranah kompetensi dan kapabilitas organisasi. Strategi organisasi harus *linkage* dengan pendekatan bisnis organisasi, memperhatikan daya saing yang terkait erat dengan kompetensi dan kapabilitas organisasi (Sampurno 2011).

Strategi organisasi sangat konsern dengan: bagaimana bisnis dapat tumbuh, bagaimana kepuasan pelanggan, bagaimana persaingan dengan pesaing, bagaimana merespons perubahan pasar, bagaimana mengelola fungsi-fungsi manajemen dan meningkatkan kapabilitas organisasi dan bagaimana mencapai tujuan stratejik dan finansial. Bagaimana strategi tersebut dirumuskan cenderung sangat spesifik untuk setiap organisasi, tergantung kondisi dan kinerja masing-masing organisasi. Organisasi mempunyai *space* yang luas untuk merumuskan strategi bisnisnya. Organisasi dapat melakukan inovasi produk, *joint venture*, akuisisi, aliansi stratejik dan memperkuat sumber daya serta kompetensi dan kapabilitas yang dimilikinya. Bagi organisasi yang berkonsentrasi pada bisnis Tunggal dapat melakukan strategi kepemimpinan harga rendah (*low cost leadership*), diferensiasi produk atau *service*, konsentrasi pada segmen *market* tertentu, mengembangkan kapabilitas yang unik untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi segmen marketnya. Pada kenyataannya banyak alternatif dan cara-cara bagi organisasi untuk menjalankan strateginya sesuai dengan kekuatan internal yang dimilikinya dan posisinya di pasar yang organisasi pilih untuk bersaing (Sampurno 2011).

Implementasi dan Eksekusi Strategi

Tugas manajerial dalam implementasi dan eksekusi strategi adalah mengupayakan bagaimana organisasi mempunyai kapabilitas untuk dapat melaksanakan strategi tersebut sehingga tujuan organisasi dapat dicapai dalam waktu yang telah ditentukan. Mengelola eksekusi strategi mencakup aspek yang cukup luas antara lain ialah: Pertama, membangun kapabilitas organisasi agar mampu melaksanakan strategi. Kedua, mengalokasikan sumber daya organisasi sehingga setiap unit yang ada memiliki personal dan pendanaan untuk dapat bekerja dengan sukses. Ketiga, memantapkan strategi, yaitu kebijakan pendukung dan prosedur operasi. Keempat, memotivasi personal untuk memiliki semangat yang tinggi dalam melaksanakan strategi dan mencapai tujuan organisasi dengan menciptakan kultur dan iklim kerja yang kondusif untuk keberhasilan pelaksanaan strategi. Kelima, membangun dan memanfaatkan system teknologi informasi agar personal dapat melaksanakan peran stratejiknya secara efektif sepanjang waktu. Keenam, institusionalisasi praktek-praktek yang baik dan program untuk perbaikan yang berkesinambungan secara terus menerus.(Sampurno 2011)

Sampurno mengutip pernyataan Thompson dan Strickland (Higher Education, McGraw, New York, 2003). bahwa: dalam konteks implementasi dan eksekusi strategi, yang paling penting adalah adanya kesesuaian antara strategi dan kapabilitas

Yakub Hendrawan Perangin Angin, Tri Astuti Yeniretnowati

organisasi, antara strategi dan struktur organisasi, antara strategi dan sistem pendukung internal, antara strategi dan kultur organisasi (Sampurno 2011).

Evaluasi Kinerja, Monitoring Pengembangan Baru dan Inisiasi (corrective Adjustment)

Salah satu tugas penting dari manajemen puncak adalah melakukan evaluasi kinerja dan kemajuan organisasi. Pimpinan organisasi harus memiliki system dan instrument untuk mengevaluasi perkembangan dan kemampuan internal serta memonitor perkembangan eksternal yang terkait dan berpengaruh pada organisasi. Apabila perkembangan internal tidak seperti yang direncanakan dan lingkungan eksternal organisasi berdampak kurang menguntungkan organisasi, maka perlu dilakukan koreksi dan adjustment pada arah jangka Panjang organisasi, tujuan, model bisnis dan atau strateginya (Sampurno 2011).

Apabila salah satu atau lebih dari aspek eksekusi strategi tidak berjalan dengan baik, maka ada kemungkinan perlu dilakukan revisi terhadap anggaran, perubahan kebijakan, reorganisasi, membangun kompetensi dan kapabilitas baru serta revitalisasi budaya organisasi. Dalam konteks ini perlu digaris bawahi bahwa strategi adalah konsep dinamis, Dimana keberhasilannya sangat ditentukan oleh fit and match antara sumber daya dan kapabilitas internal dengan dinamika eksternal organisasi. Oleh karena itu organisasi selain memiliki sumber daya, kapabilitas dan kompetensi yang harus terus dilakukan empowerment sepanjang waktu, juga harus memiliki fleksibilitas dalam merespons dinamika lingkungan yang berubah secara cepat (Sampurno 2011).

Penjelasan Visi dan Misi dalam Alkitab

Visi adalah konsep biblikal (alkitabiah). Dokumen tertua yang memuat dan mengajarkan tentang visi secara eksplisit adalah Alkitab. Visi di dalam Alkitab berfungsi menunjukkan arah dan pimpinan Allah kepada para hamba-Nya.(Sendjaya 2004) “Bila tidak ada wahyu, menjadi liarlah rakyat’, demikianlah dikatakan dalam Amsal 29:18. Dan ciri khas dari masa sesudah Pentakosta ialah bahwa ‘teruna-terunamu akan mendapat penglihatan-penglihatan’ dan ‘orang-orangmu yang tua akan mendapat mimpi’ (Kis. 2:17). Kata ‘wahyu’, ‘penglihatan’, ‘mimpi’, betapa aneh kedengaran dan begitu tidak realistis. Tapi, itulah yang tertulis dalam Alkitab. Dan apa yang dikatakan dalam Alkitab, itu benar. Barangkali orang-orang masa kini akan lebih mengerti maksudnya, kalau ketimbang ketiga kata itu dipakai saja kata ‘visi’. Kata visi jauh lebih kontemporer kedengaran, sedangkan artinya sama. Di samping kata ini masih ada kata-kata lain lagi, yang lebih sehari-hari, yang lazim dipakai oleh pakar manajemen, politik, dan kemiliteran, seperti misalnya ‘sasaran’, ‘manifesto’, ‘strategi’, namun yang dimaksud sama yaitu ‘visi’ (Stott 1984:461).

Perjanjian Lama menyatakan beberapa contoh kasus tentang visi yang muncul secara khusus dalam hidup Yehezkiel dan Daniel. Dalam Perjanjian Baru, tema visi muncul berulang kali dalam Injil Lukas, Kisah Para Rasul, dan Wahyu (Sendjaya 2004). Dalam Habakuk 2:2-3, Allah berfirman: “Tuliskanlah penglihatan itu dan ukirkanlah itu pada loh-loh, supaya orang sambil lalu dapat membacanya. Sebab penglihatan itu masih menanti saatnya.” Kata “penglihatan” dapat diartikan juga sebagai visi. Di dalam suatu

Yakub Hendrawan Perangin Angin, Tri Astuti Yeniretnowati

terjemahan Alkitab berbahasa Inggris, kata “vision” (visi) yang digunakan. Secara implisit, bagian Habakuk ini menyatakan bahwa visi itu harus jelas, harus tertulis, dapat dibaca dan dipahami setiap orang, karena merupakan arah dan tujuan yang harus dicapai di masa yang akan datang (Nikijuluw and Sukarto 2014).

Kisah dalam 2 Raja-raja 5 juga berbicara tentang visi, dimana dijelaskan bahwa keberhasilan pelayan perempuan dalam meyakinkan panglima Naaman adalah karena pelayan perempuan ini memiliki visi yang jelas kalau Naaman akan sembuh bila berjumpa nabi Elisa, sehingga pelayan perempuan ini berhasil meyakinkan isteri Naaman akan visinya itu (Sudomo 2009:37). Kisah lainnya dalam Perjanjian Lama terkait dengan penting dan dasyatnya dampak dari pemimpin yang memiliki dan mahami visi yang dari Allah, adalah Nehemia seorang pelayan minuman Raja Artahsasta. Kitab Nehemia menjelaskan bagaimana Nehemia mendapatkan visi untuk pembangunan tembok Yerusalem dan menjalankannya hingga berhasil. Nehemia memiliki visi yang jelas, yaitu membangun kembali tembok Yerusalem yang telah runtuh (Neh. 2:3-5). Visi yang dipahaminya itu disampaikan ke Raja Artahsasta, dijelaskan kepada para Bupati, tua-tua Israel bahkan seluruh umat Israel guna mendapatkan dukungan serta partisipasi penuh. Terbukti Nehemia berhasil meyakinkan tua-tua dan seluruh bangsa Israel tentang manfaat yang akan diperoleh bila tembok Yerusalem selesai dibangun, yaitu: “...supaya kita tidak lagi dicela” (Neh. 2:17). Itu sebabnya tua-tua dan umat Israel merespon “Kami siap membangun”. Dan dengan sekuat tenaga, mereka mulai melakukan pejerjaan besar itu (Neh. 2:18). Nehemia dapat dikatakan pribadi yang kuat visinya. Nehemia bertanggung jawab untuk membangun tembok Yerusalem, mempertaruhkan nyawanya di tangan Raja Artahsastra dan berbagai musuh bangsa. Pidatonya yang berani, konfrontasinya yang berani terhadap musuh-musuhnya dan instruksi yang penuh pengertian kepada orang-orang Yahudi yang berjuan bersamanya untuk membangun kota suci adalah sebuah kesaksian akan visi pelayanan yang telah diterimanya dari Allah (Angin 2023b).

Pengertian Visi Menurut Pakar Teologi dan Kepemimpinan Kristen

Visi adalah suatu ihwal melihat, suatu ihwal mendapat persepsi tentang sesuatu yang imajinatif, yang memandu pemahaman yang mendasar tentang situasi masa kini dengan pandangan yang menjangkau jauh ke depan. John Stott, selaku ahli kepemimpinan Kristen mendefinisikan visi: “Sebagai ketidakpuasan yang mendalam tentang kebagaimanaan masa kini selaku suatu fakta, dibarengi dengan pandangan yang amat tajam tentang kebagaimanaan yang selayaknya selaku suatu kemungkinan.” Awalnya adalah sebagai amarah yang pada tempatnya atas ‘status quo’ yang berlaku, yang kemudian berkembang menjadi usaha yang serius untuk mencari alternatifnya. Itu terlihat dengan jelas pada sikap Yesus dalam pelayanan-Nya. Ada penyakit dan maut, kelaparan di tengah-tengah bangsa, itu tak berterima bagi-Nya, sebab dianggap-Nya tak sesuai dengan maksud asali Allah. Itulah sebabnya hati-Nya iba melihat korban-korbannya. Amarah dan iba hati merupakan suatu kombinasi yang maha kuat. Dua-duanya esensial bagi visi, dank arena itu juga bagi kepemimpinan (Stott 1984).

George Barna, seorang ahli manajemen dan kepemimpinan Kristen dunia, mendefinisikan visi adalah gambaran mental yang jelas mengenai masa depan yang

Yakub Hendrawan Perangin Angin, Tri Astuti Yeniretnowati

lebih baik, yang disampaikan Tuhan kepada para pemimpin yang adalah juga hamba-hamba pilihan-Nya, yang didasari pemahaman yang tepat mengenai Tuhan, diri sendiri, dan situasi (Barna 2002:55). Sedikit berbeda definisi di atas dengan pandangan Rick Warren, seorang pemimpin gereja besar di California, yaitu Saddleback, menyatakan, bahwa: "Banyak orang berpikir tentang visi sebagai kemampuan untuk melihat ke depan. Tetapi di dalam dunia yang dewasa ini berubah dengan cepat, visi juga adalah kemampuan untuk menilai secara tepat perubahan-perubahan yang terjadi dewasa ini dan menarik manfaat dari perubahan-perubahan tersebut. Visi adalah perasaan peka terhadap setiap kesempatan" (Warren 2004).

Jerry Rumahlatu, berpendapat bahwa visi datangnya dari Tuhan. Tuhanlah yang menaruh atau memberikan visi dalam jiwa seseorang. Visi dimulai dari Allah dan berakhir pada tujuan untuk kemuliaan Allah. Visi lahir karena adanya kepedulian, kepedulian yang sungguh-sungguh terkesan, berbekas dan mengganggu dalam jiwa terhadap kebutuhan-kebutuhan, fenomena-fenomena, adanya perbedaan yang menyolok, karena situasi yang tidak menentu dan tidak menguntungkan bahkan adanya kondisi yang sangat memprihatinkan. Tuhan memberikan visi kepada pemimpin Kristen karena adanya hati yang terbeban untuk melakukan kehendak Allah. Namun harus pemimpin tersebut berintegritas dengan berkata benar dan memiliki dedikasi (Ngesthi and Arifianto 2023). Supaya selaras dengan visi yang berarti kemampuan untuk melihat ke depan (*forward-looking*) dan memahami potensi-potensi yang ada di masa depan (*foresighted*) (Rumahlatu 2011).

Daniel Ronda menyampaikan tafsiran John Hagai untuk Amsal 29:18 bahwa tanpa visi, semua pengikut tidak akan bisa diatur, bahkan akan bergerak dalam arahnya masing-masing. Dengan visi yang dimilikinya, pemimpin secara jelas dapat melihat masa depan yang diinginkan Allah dan melangkah dalam agenda Allah. Sebaliknya, kepemimpinan tanpa visi sama dengan mengikuti penjelajah ke sebuah daerah yang asing tanpa membawa kompas. Pemimpin itu tidak tahu ke mana akan pergi. (Ronda 2011)

Jonathan Parapak, seorang tokoh Kristen yang multi dimensi dan multi pelayanan kiprah kepemimpinannya, sangat kuat dalam memahami pentingnya visi bagi pemimpin dan bagi organisasi, hal ini dibuktikan bukan saja dari kiprahnya di organisasi pemerintahan dan organisasi perusahaan multinasional dan organisasi bisnis konglomerat tetapi juga memang pola hidupnya sejak muda sudah mengelola hidupnya sedari mahasiswa dengan visi hidup holistik yang berdampak sampai saat ini di berbagai lini kehidupan baik pribadi, organisasi keluarga juga komunitas umum dan komunitas gereja (Angin 2023a). Beberapa pendapatnya yaitu: *Pertama*, Tuhan sangat terlibat dalam memanggil, mempersiapkan orang yang dipilih untuk melaksanakan visi Allah. *Kedua*, Menghadapi tugas kepemimpinan dengan tantangan besar menyeberangi "Sungai Yordan kehidupan" sebagaimana kisah Yosua 1:1-18, seorang pemimpin tidak perlu takut dan gentar karena Allah menyertai orang yang mewujudkan visi Allah. (Parapak 2022) *Ketiga*, Institusi pertama yang Allah bentuk adalah organisasi keluarga, visi keluarga rancangan Allah adalah keluarga yang memuliakan Allah, kesatuan yang paripurna untuk menghasilkan keturunan, dan ikut bersama Allah dalam mengelola ciptaannya (Parapak and LIFE 2018). Visi Allah akan keluarga pertama

Yakub Hendrawan Perangin Angin, Tri Astuti Yeniretnowati

adalah menjadi kawan sekerja Allah dalam mengelola ciptaan Allah dan setiap kepada Sang Pencipta.(Parapak and LIFE 2017) *Keempat*, Jonathan sangat tergetar oleh visi Pelita Harapan, yaitu *The Knowledge, Faith in God, dan Godly Character*, untuk memberkati Indonesia dengan pendidikan berkualitas, sekolah nasional plus dan sekolah berkualitas di desa (SaraFujico, Cgih Bintan, Paulus Tangdilintin, Agatha Clara Citraningtyas, Lise Parapak, Sovie Yanti 2012:29).

Pentingnya Visi dan Misi dalam Penyelenggaraan Organisasi Kristen

Membicarakan tujuan dan sasaran-sasaran organisasi haruslah dimulai dari visi karena penetapan gol atau sasaran adalah suatu langkah praktis (*action*) yang lahir dari visi pemimpin. Visi itu penting dan memiliki kekuatan karena semua kepemimpinan yang efektif dapat dilihat dari visinya (Ronda 2011). Penulis Amsal menyiratkan bahwa bila tidak ada visi, manusia akan binasa. “Bila tidak ada wahyu, menjadi liarlah rakyat” (Ams. 29:18). Wahyu adalah visi. Tanpa visi, manusia menjadi liar, berbuat semaunya, dan sulit dikendalikan. Visi mengarahkan kehidupan dan perjalanan hidup manusia (Nikijuluw and Sukarto 2014). Hal yang sama ditegaskan oleh Barna, dimana Salomo memberi pemahaman secara tepat tentang pentingnya visi, dalam NIV lebih jelas Amsal 29:18 ini dinyatakan bahwa “Bila tidak ada wahyu, manusia tidak bisa mengekang diri”, dengan kata lain, jika manusia tidak memiliki pengertian yang jelas mengenai tujuan, arah dan ukuran, maka manusia hidupnya menurut pilihan dan kemauan sendiri, yang akhirnya merugikannya.(Barna 2002) Kalau hanya ada satu institusi di dunia ini yang seharusnya memiliki visi, institusi tersebut adalah gereja. Gereja sebagai komunitas umat Allah seharusnya memiliki arah dan tujuan yang jelas ke depan, baik secara kolektif sebagai ekklesia maupun secara individual sebagai diaspora (Sendjaya 2004).

Barna, menyatakan bahwa jika seseorang ingin menjadi pemimpin, maka visi bukanlah suatu pilihan, melainkan bagian dari perlengkapan standard untuk seorang pemimpin sejati. Lebih jauh dikemukakannya bahwa: “Ke mana lagi seorang pemimpin akan menuntun orang-orang, kalau bukan untuk memenuhi visi? Harus dipahami bahwa untuk menjadi seorang pemimpin Kristen, visi yang dipakai dalam memimpin orang-orang percaya tidak boleh visi yang dibuatnya sendiri, melainkan harus visi yang Allah berikan kepada dirinya”(Barna 2002). Pemimpin adalah seseorang yang memiliki kemampuan mengarahkan dan memberi semangat atau motivasi serta menyatukan seluruh anggota kelompoknya menuju tujuan tertentu. Kalau anggota kelompok dapat memahami dengan jelas visi dan misi yang akan dicapai bersama serta mengaitkannya dengan visi dan misi pribadi masing-masing, mereka akan termotivasi dan dengan penuh semangat bersatu padu bekerja sama untuk mencapai tujuan. Anggota kelompok harus dapat melihat keuntungan yang akan diterimanya apabila tujuan bersama dapat dicapai (Sudomo 2009).

Kehadiran visi merupakan salah satu cara paling tepat dalam menentukan apakah seorang adalah pemimpin atau hanya menempati posisi kepemimpinan. Satu ukuran pasti mengenai pemimpin Kristen yaitu dengan memiliki visi Tuhan untuk manusia, di mana dirinya telah dipanggil untuk melakukan fungsi kepemimpinan. Visi merupakan syarat penting (meskipun dengan visi saja tidaklah lengkap) bagi kepemimpinan yang sejati (Barna 2002). Apabila pemimpin dan anggota kelompok

Yakub Hendrawan Perangin Angin, Tri Astuti Yeniretnowati

tidak dapat memahami visi dan misi bersama organisasi maka akan sangat sulit termotivasi untuk meraih prestasi dan tujuan organisasi.

Implikasi Bagi Penyelenggaraan Organisasi Keagamaan Dan Pendidikan Kristen

Memiliki Visi, Misi Penyelenggaraan Pelayanan Gereja dan Pendidikan Kristen Yang Benar

Sebuah visi adalah suatu keadaan masa depan yang ideal atau unik yang terkristal menjadi suatu gambaran atau pernyataan singkat. Visi gereja memberikan suatu gambaran yang jelas, sejernih Kristal tentang kondisi yang diinginkan oleh sebuah gereja. Visi ini menunjukkan suatu pandangan sekilas dari masa depan yang diinginkan dan dipikir seharusnya demikian (Wofford 2008).

Organisasi pendidikan apakah perguruan tinggi ataupun sekolah bersifat universal dan merupakan organisasi semiprofit. Perguruan tinggi dan Sekolah merupakan salah satu contoh organisasi semiprofit, artinya visi utamanya adalah mencerdaskan warga Negara, bukan mencari keuntungan. Di dalam pencapaian visi dan misinya dikendalikan, diarahkan dan dipimpin oleh Rektor atau Kepala yang membawahi tenaga didik dan tenaga kependidikan yang mana dalam menjalankan tugas dan fungsinya pastinya harus memiliki perencanaan yang jelas dan koordinasi (Supanto 2019).

Melatih dan Menjadi Pribadi Yang Memiliki Visi Alkitabiah

Paulus mejadi contoh hamba Tuhan yang visinya jelas dan tegas: menjadi serupa dengan Kristus, termasuk dalam kematian-Nya (Parapak and LIFE 2017). Paulus dapat diteladani sebagai seorang pribadi dan seorang pemimpin yang memiliki visi Alkitabiah. Barna, memberi penilaian, bahwa: Paulus adalah seorang yang berpendidikan, pandai berbicara, seorang pemimpin yang memiliki banyak pilihan namun bersikeras memilih untuk melayani Kristus, walaupun mengorbankan hidup dan nyawanya supaya bisa terus terbimbing dan memenuhi visi pelayanannya yang telah Tuhan percayakan kepadanya, seperti dinyatakan dalam 2 Timoyius 1:11 dan Kisah Para Rasul yang dapat disimpulkan bahwa Paulus bekerja tanpa lelah melaksanakan panggilan Tuhan (2 Kor. 11:24-27), terdorong oleh visi Tuhan untuk mengabdikan hidupnya mengerjakan visi itu dalam kehidupan sehari-harinya (Barna 2009).

Mewujudkan Pencapaian Visi dan Misi Organisasi Melalui Strategi Yang Tepat

Disadari bahwa organisasi senantiasa menghadapi berbagai perubahan eksternal, yang oleh karena itu Menyusun strategi adalah suatu *ongoing process* bukan *one-time event*. Pimpinan organisasi mempunyai kewajiban untuk melakukan *re-evaluasi* strategi agar selalu ada kesesuaian dengan perubahan eksternal dan internal organisasi. Organisasi selalu dituntut untuk dapat melakukan perbaikan agar mampu bersaing pada saat ini dan mampu mempersiapkan diri untuk pasar di masa depan dengan kondisi persaingannya (Sampurno 2011). Melalui pemahaman visi dan misi serta keterkaitan dengan pengembangan strategi yang tepat akan menolong pemimpin dalam mengelola organisasi dalam menerapkan Langkah-langkah program kerja yang sesuai dan efektif serta efisien, sehingga kemungkinan tercapainya kesuksesan tujuan organisasi lebih dapat dipertanggungjawabkan dan untuk menata organisasi gereja dan

Yakub Hendrawan Perangin Angin, Tri Astuti Yeniretnowati

menempatkan jemaat dengan potensi yang berbeda-beda dalam sebuah bagan organisasi yang rapi untuk mencapai tujuan bersama (Ristiono and Arifianto 2021), supaya menjadi tepat dalam bertindak pada kemajuan.

KESIMPULAN

Tidak diragukan lagi betapa sangat penting dan bahkan mutlak setiap pemimpin memahami visi dan misi bahkan merumuskan dan menjalankannya dalam penyelenggaraan organisasi, berbagai fakta sudah dikemukakan di atas sehingga sudah seharusnya gereja dan organisasi Kristen serta penyelenggara pendidikan Kristen lainnya memiliki visi dan misi yang lebih baik dibandingkan dengan organisasi diluar Kristen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana pemahaman makna visi dan misi yang benar dan utuh dapat membawa kemajuan bagi setiap pemimpin dan organisasi Kristen serta penyelenggaraan pendidikan Kristyen yang lebih bermutu bahkan mampu memberikan pelayanan prima serta mampu untuk terus berkembang menuju sustainabilitas (*sustainable*), yaitu: *Pertama*, Memiliki visi, misi penyelenggaraan organisasi keagamaan dan pendidikan Kristen. *Kedua*, Melatih dan menjadi pribadi yang memiliki visi alkitabiah. *Ketiga*, Mewujudkan pencapaian visi dan misi organisasi melalui strategi yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Angin, Yakub Hendrawan Perangin. 2023a. *Kepemimpinan Finishing Well: Faktor-Faktor Kesuksesan Kepemimpinan Holistik Jonathan Parapak*. 2nd ed. edited by H. Sirait and E. Rahayu. Jakarta: Sekolah Tinggi Teologi Bethel The Way.
- Angin, Yakub Hendrawan Perangin. 2023b. *Model Penjaminan Mutu Nehemia Bagi Tata Kelola Manajemen Organisasi Pendidikan Kristen*. 1st ed. edited by T. A. Yeniretnowati. Bandung: STT INTI PRESS.
- Barna, George. 1993. *Memasarkan Gereja*. 2nd ed. Bandung: Yayasan Kalam Hidup.
- Barna, George. 2002. "Hal Yang Berkaitan Dengan Visi." Pp. 55–72 in *Leaders On Leadership*. Malang: Gandum Mas.
- Barna, George. 2009. *Tanpa Visi Gereja Hancur*. 1st ed. Malang: Gandum Mas.
- Budi Ristiono, Yosua, and Yonatan Alex Arifianto. 2021. "Deskripsi Peran Gembala Sidang Dalam Efesus 4:16 Dan Implikasinya Bagi Pelayanan Masa Kini." *STELLA: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 1(1):57–72.
- David, Fred R., and Forest R. David. 2019. *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep*. 3rd ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Hunger, J. David, and Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Bahasa Ind. Yogyakarta: ANDI.
- Isnati, and M. Rizki Fajriansyah. 2019. *Manajemen Strategik Intisari Konsep Dan Teori*. 1st ed. Yogyakarta: ANDI.
- Kasahara, Eiichi "eric." 2020. *Manajemen Strategis Praktis - Cara Menerapkan Pemikiran Strategis Dalam Bisnis*. 1st ed. Yogyakarta: Lautan Pustaka.
- Kuncoro, Mudrajad. 2020. *Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif Di Era Industri 4.0*. 1st

Yakub Hendrawan Perangin Angin, Tri Astuti Yeniretnowati

- ed. Yogyakarta: ANDI.
- Ngesthi, Yonathan Salmon Efrayim, and Yonatan Alex Arifianto. 2023. "Memetakan Tantangan Kepemimpinan Kristen Dalam Pembacaan Reflektif 2 Timotius 2:15-16." *Jurnal Teruna Bhakti* 6(1):59–69. doi: 10.47131/jtb.v6i1.192.
- Nikijuluw, Viktor P. H., and Aristarchus Sukarto. 2014. *Kepemimpinan Di Bumi Baru*. 1st ed. Jakarta: Literatur Perkantas.
- Parapak, Jonathan. 2022. *Kepelayanan Dan Kepemimpinan Alkitabiah*. 1st ed. Jakarta: Literatur Perkantas.
- Parapak, Jonathan L., and Tim LIFE. 2017. *Growing Together : Membangun Dan Memperkaya Keluarga Dalam Tuhan*. 1st ed. Jakarta: Literatur Perkantas.
- Parapak, Jonathan L., and Tim LIFE. 2018. *Growing Together 3: Memperkuat Dan Memperkaya Hidup Perkawinan*. 1st ed. Jakarta: Literatur Perkantas.
- Rachmat, H. 2014. *Manajemen Strategik*. 1st ed. Bandung: Pustaka Setia.
- Ristiono, Yosua Budi, and Yonatan Alex Arifianto. 2021. "Deskripsi Peran Gembala Sidang Dalam Efesus 4: 16 Dan Implikasinya Bagi Pelayanan Masa Kini." *STELLA: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 1(1):57–72.
- Ronda, Daniel. 2011. *Leadership Wisdom Antologi Hikmat Kepemimpinan*. 1st ed. Bandung: Yayasan Kalam Hidup.
- Rumahlatu, Jerry. 2011. *Psikologi Kepemimpinan*. 1st ed. CV. Cipta Varia Sarana.
- Sampurno. 2011. *Manajemen Strategik: Menciptakan Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan*. 2nd ed. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- SaraFujico, Cgih Bintang, Paulus Tangdilintin, Agatha Clara Citraningtyas, Lise Parapak, Sovie Yanti, Yuniarti Susilo. 2012. *Jonathan L. Parapak Pembelajar Dan Pelayan Di Sekitar Teknologi Dan Pendidikan*. 1st ed. Banten: UPH Press.
- Sedarmayanti. 2018. *Manajemen Strategi*. 3rd ed. Bandung: Refika Aditama.
- Sendjaya. 2004. *Kepemimpinan Kristen*. 1st ed. Yogyakarta: Kairos.
- Siagian, Sondang P. 2019. *Manajemen Strategik*. 13th ed. Jakarta: Bumi Aksara.
- Stott, John. 1984. *Isu-Isu Global Menantang Kepemimpinan Kristiani*. 1st ed. Jakarta: Yayasan Komunikasi Bina Kasih/OMF.
- Sudomo. 2009. *Ciri Utama Kepemimpinan Sejati*. 5th ed. Yogyakarta: Andi Offset dan UPH.
- Supanto, Fajar. 2019. *Manajemen Strategi Organisasi Publik Dan Privat*. 1st ed. Malang: Empatdua Media.
- Warren, Rick. 2004. *The Purpose Driven Church*. Malang: Gandum Mas.
- Wibowo, Amin. 2020. *Corporate Strategy Konsep & Praktik*. 1st ed. Yogyakarta: ANDI.
- Wofford, Jerry C. 2008. *Kepemimpinan Kristen Yang Mengubah*. 5th ed. Yogyakarta: Andi Offset.