

ABSTRAK

Adanya visi, misi, dan *strategic objective* merupakan syarat wajib bagi sebuah [perusahaan](#) atau organisasi. Untuk mengetahui kesesuaian pernyataan visi, misi, dan *strategic objective* dengan kaidah normatif perusahaan-perusahaan pada industri *trade, service and investment subsektor advertising, printing and media; computer and service; investment company; dan wholesale (durable and non durable)* diperlukan evaluasi dan polasebaran visi, misi *strategic objective* perusahaan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi eksploratori. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan studi kepustakaan (*Library Research*) dan dokumentasi. Pengolahan data dengan menggunakan matrik evaluasi normatif dan membuat polasebaran terhadap visi, misi, dan *strategic objective*

Perusahaan pada subsektor *advertising, printing and media; computer and service; investment company; dan wholesale (durable and non durable)* belum mengikuti kaidah umum (kriteria-kriteria) yang baik. Didapatkan hasil polasebaran yang memiliki kecenderungan polasebaran yang tinggi pada evaluasi normatif visi, kecenderungan polasebaran yang rendah pada evaluasi normatif misi dan kecenderungan polasebaran yang tinggi pada evaluasi normatif *strategic objective*

Saran untuk mengkaji ulang visi, misi, dan *strategic objective* nya agar sesuai dengan kaidah normatif yang ada. Usulan rekomendasi bagi manajer SDM supaya memberikan konseling di *governance* bila ingin bersaing dengan kompetitor harus merubah cara berpikir. Dan untuk peneliti selanjutnya menggunakan triangulasi agar mengurangi bias.

Kata kunci: visi, misi dan *strategic objective*