



MENGEMBANGKAN PERNYATAAN VISI PERUSAHAAN – STUDI KASUS PADA HELLA GMBH & CO. KGAA

Maximilian Englert

Abstrak

Penelitian tentang pernyataan visi perusahaan semakin mendapat perhatian dalam literatur manajemen dalam beberapa tahun terakhir. Sementara fokus literatur terutama pada dampak positif pernyataan visi perusahaan terhadap organisasi, pengembangan pernyataan visi sebagian besar diabaikan. Ketiadaan pendekatan yang holistik dan diterima secara umum untuk mengembangkan pernyataan visi menyulitkan organisasi untuk memutuskan pendekatan mana yang harus diikuti dan pernyataan apa yang harus dibuat. Masalah ini tercermin dalam tantangan manajemen saat ini di HELLA GmbH & Co. KGaA sebagai keinginan manajemen puncak perusahaan untuk memandu organisasi dan membentuk arah strategis organisasi masa depan dengan menggunakan pernyataan visi. Oleh karena itu, studi di tangan mengembangkan pendekatan dipesan lebih dahulu untuk membuat pernyataan visi perusahaan di HELLA. Selanjutnya, *building block* yang relevan yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan pernyataan visi untuk HELLA diidentifikasi.

Berdasarkan tinjauan pustaka, lima pendekatan untuk mengembangkan pernyataan visi perusahaan diidentifikasi, dianalisis dan dibandingkan satu sama lain untuk memperoleh fitur pembeda. Atas dasar ini, pertanyaan untuk dua belas wawancara semi-terstruktur dikembangkan untuk mengidentifikasi pendekatan khusus untuk HELLA. Juga, 25 pernyataan visi dari perusahaan pemasok otomotif yang dipilih dianalisis berkaitan dengan *building block* yang sering digunakan. Wawasan dari analisis ini juga dimasukkan ke dalam pertanyaan wawancara. Mengikuti desain *purposive sampling*, dua belas karyawan dan manajer HELLA yang berasal dari beragam tingkat organisasi, lokasi geografis, dan area fungsional organisasi dipilih. Untuk kedua analisis pernyataan visi yang dipilih serta analisis wawancara, analisis konten kualitatif diterapkan untuk struktur data empiris. Sebagai temuan dari analisis disimpulkan, rekomendasi untuk HELLA dikembangkan.

Tesis ini berkontribusi pada literatur pernyataan visi perusahaan dengan mengkontraskan lima pendekatan untuk mengembangkan pernyataan visi dan menurunkan ciri-ciri pembeda dari pendekatan. Selanjutnya, *building block* yang sering digunakan untuk pernyataan visi dari perusahaan pemasok otomotif yang dipilih diidentifikasi. Di luar itu, studi ini memberikan HELLA rekomendasi praktis mengenai pendekatan untuk mengembangkan pernyataan visi perusahaan sepanjang enam fase pengembangan. Selain itu, rekomendasi yang berkaitan dengan *building block* yang perlu dipertimbangkan ketika mengembangkan pernyataan visi untuk HELLA disediakan.

Kata kunci: pernyataan visi, *building block*, *key performance indicator*



DEVELOPING CORPORATE VISION STATEMENTS - CASE STUDY HELLA GMBH & CO. KGAA

Maximilian Englert

Abstract

Research on corporate vision statements has increasingly gained attention in the management literature in the past years. While the focus of the literature is primarily on the positive impact corporate vision statements have on organisations, the development of vision statements is largely neglected. The absence of a holistic and commonly accepted approach for developing a vision statement makes it difficult for organisations to decide which approach to follow and what the statement should be composed of. This issue is reflected in a current management challenge at HELLA GmbH & Co. KGaA as the company's top management desires to guide the organisation and shape the future strategic direction of the organisation by means of a vision statement. Therefore, the study at hand develops a bespoke approach for creating a corporate vision statement at HELLA. Further, relevant building blocks which need to be considered in the development of a vision statement for HELLA are identified.

Based on a literature review, five approaches for developing corporate vision statements are identified, analysed and compared with one another to derive distinguishing features. On this basis, questions for twelve semi-structured interviews are developed to identify a bespoke approach for HELLA. Also, 25 vision statements of selected automotive supplier companies are analysed with regards to frequently used building blocks. Insights from this analysis are also incorporated into the interview questions. Following a purposive sampling design, twelve HELLA employees and managers stemming from diverse organisational levels, geographic locations, and functional areas of the organisation are selected. For both the analysis of selected vision statements as well as the analysis of the interviews, qualitative content analysis is applied to structure the empirical data. As the findings of the analyses are concluded, recommendations for HELLA are developed.

The thesis contributes to the corporate vision statement literature by contrasting five approaches for developing vision statements and deriving distinguishing features of the approaches. Further, frequently used building blocks of vision statements of selected automotive supplier companies are identified. Beyond that, the study at hand provides HELLA with practical recommendations regarding an approach for developing a corporate vision statement along six development phases. Moreover, recommendations with regard to building blocks which need to be considered when developing a vision statement for HELLA are provided.

Key words: vision statement, building block, key performance indicator