

Proses transformasi PT. Bostonprice Asia dari personal brand menuju corporate brand company: studi kasus di perusahaan konsultan bidang manajemen stratejik = Transformation process of PT Bostonprice Asia from personal brand to corporate brand company: case study at a strategic management consultant company

Abdul Aziz Luthfi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20445567&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas perjalanan transformasi PT. Bostonprice Asia dari perusahaan perorangan menuju perusahaan dengan corporate brand yang baik. Pembahasannya dari model perubahan, urgensi pendorong, dan proses transformasinya. Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif studi kasus. Hasil penelitian menyarankan perusahaan perlu menanamkan dan menumbuhkan kesadaran semua orang untuk berubah lebih mendalam lagi sehingga hasil transformasi bisa lebih maksimal; model transformasi PT. Bostonprice Asia diupayakan bisa menjadikan branding perusahaan yang bagus dengan tanpa menyampingkan personal branding pemilik perusahaan sebagai salah satu sumber daya saing perusahaan; perusahaan perlu merumuskan nilai yang berkembang dalam buku dokumentasi agar perubahan terjaga dan menjadi budaya perusahaan.

.....This thesis discusses the transformation journey of PT. Bostonprice Asia from personal company to good corporate brand company. The discussion is about the change model, the driving urgency, and the transformation process. Researcher used a qualitative research with case study approach. The results suggest the company to emphasize and build strong sense to change to all people so that the transformation output can be more maximized The transformation model of PT. Bostonprice Asia is attempted to make a great corporate branding without leaving the personal branding of the company owner as one of competitive advantage resources The company needs to formulate the growing value in a book documentation to keep the change and to become company culture.