

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis keluarga bukan sekadar salah satu bentuk organisasi bisnis di antara sekian banyak alternatif, melainkan merupakan tulang punggung utama perekonomian dunia yang kontribusinya jauh melampaui sektor korporat modern mana pun. Secara global, bisnis keluarga mendominasi sekitar 80% dari keseluruhan struktur bisnis dunia, mulai dari perusahaan keluarga kecil berbasis komunitas lokal hingga konglomerat raksasa yang semuanya berakar dari warisan keluarga pendiri (Ahmad et al., 2021). Di Indonesia, realitas ini bahkan jauh lebih menonjol dan tidak bisa dipisahkan dari pola perkembangan ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2024), jumlah UMKM di Indonesia telah melampaui angka 65 juta unit usaha yang mencakup sekitar 99% dari keseluruhan unit bisnis yang beroperasi di negeri ini. Angka itu bukan sekadar statistik administratif, karena di balikny tersembunyi kenyataan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia dibangun, dikelola, dan dipertahankan oleh unit-unit keluarga yang menjadikan bisnis sebagai warisan lintas generasi, bukan sekadar instrumen pendapatan jangka pendek. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai sekitar 61% atau setara dengan Rp9.580 triliun, sekaligus menyerap lebih dari 119 juta tenaga kerja atau sekitar 97% dari total angkatan kerja nasional (Kementerian UMKM

RI, 2024). Angka-angka ini menempatkan bisnis keluarga berskala UMKM bukan sekadar sebagai objek kebijakan, tetapi sebagai subjek strategis yang menentukan arah pertumbuhan ekonomi inklusif Indonesia secara keseluruhan. Di antara berbagai daerah di Indonesia, Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki karakteristik ekosistem bisnis yang sangat khas dan menjadikannya laboratorium alami yang sangat relevan untuk mengkaji dinamika bisnis keluarga berskala UMKM. Kota Yogyakarta secara historis telah menjadi pusat industri kreatif, perdagangan berbasis budaya, kuliner tradisional, dan kerajinan artisanal yang sebagian besar dioperasikan oleh unit-unit bisnis keluarga yang diwariskan secara turun-temurun. Data Dinas Perindustrian Koperasi dan UKM Kota Yogyakarta mencatat lebih dari 32.000 unit UKM yang terdaftar dalam target pendataan SIDT-KUMKM (Warta Jogja Kota, 2022), dengan karakteristik yang sangat beragam mulai dari usaha mikro rumahan hingga UMKM menengah yang memiliki jaringan distribusi lintas daerah. Lebih dari sekadar angka, bisnis keluarga di Yogyakarta memiliki akar budaya yang sangat dalam, di mana nilai-nilai Jawa tentang kesetiaan, keharmonisan keluarga, dan keberlanjutan warisan (*warisan leluhur*) sangat kuat mempengaruhi cara bisnis dikelola, keputusan strategis dibuat, dan suksesi generasi dilaksanakan. Suryani (2023) menegaskan bahwa UMKM di Yogyakarta memiliki keunikan berbasis potensi lokal yang tidak dimiliki oleh daerah lain, termasuk kuatnya jaringan sosial komunal, identitas budaya yang melekat pada produk bisnis, dan orientasi jangka panjang dalam mempertahankan

warisan usaha keluarga. Namun di balik keunikan dan kekayaan ekosistem tersebut, bisnis keluarga berskala UMKM di Yogyakarta juga menghadapi tekanan kompetitif yang terus meningkat dari gelombang digitalisasi, perubahan preferensi konsumen generasi muda, dan masuknya produk-produk massal berbiaya rendah yang mengancam kelangsungan usaha tradisional berbasis keluarga. Paradoks terbesar dalam dunia bisnis keluarga adalah bahwa meskipun mereka mendominasi struktur ekonomi global secara absolut, sebagian besar di antaranya gagal bertahan melewati satu atau dua generasi pertama. Ward (2011) mencatat secara empiris bahwa hanya sekitar 30% bisnis keluarga yang berhasil bertahan hingga generasi kedua, angka itu turun tajam menjadi hanya 13% yang mampu melewati generasi ketiga, dan tidak lebih dari 3% yang dapat melanggengkan bisnis hingga generasi keempat dan seterusnya. Statistik 30-13-3 ini telah menjadi salah satu temuan paling banyak dikutip dalam literatur bisnis keluarga global dan secara konsisten direplikasi di berbagai konteks geografis yang berbeda-beda (Ahmad et al., 2021). Dalam konteks bisnis keluarga Indonesia, tantangan keberlanjutan ini bahkan berhadapan dengan kompleksitas tambahan yang bersifat struktural. Hillebrand (2018) menemukan bahwa dalam konteks negara-negara Asia, bisnis keluarga generasi pertama biasanya memiliki kapabilitas inovasi yang lebih tinggi karena digerakkan langsung oleh semangat kewirausahaan pendiri, namun kapabilitas tersebut cenderung menurun secara signifikan pada generasi kedua dan ketiga ketika jumlah anggota keluarga yang terlibat semakin

banyak dan fragmentasi kepentingan mulai menciptakan gesekan internal yang melemahkan kohesi organisasi. Di Yogyakarta, fenomena ini terlihat jelas pada banyak usaha batik, kerajinan perak, industri fnb di Yogyakarta, dan warung-warung turun-temurun yang mengalami stagnasi atau bahkan kemunduran ketika tongkat kepemimpinan berpindah tangan tanpa disertai strategi transformasi yang memadai. Kesenjangan antara dominasi empiris dan tingginya angka kegagalan transgenerasi ini menjadi titik awal dari urgensi penelitian yang sesungguhnya untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang secara nyata membuat sebagian bisnis keluarga mampu bertahan sementara sebagian lainnya tidak. Dalam pusaran kompetisi bisnis yang semakin brutal di era pasca-pandemi, inovasi bukan lagi pilihan strategis yang dapat ditunda, melainkan telah berubah menjadi kondisi eksistensial bagi kelangsungan setiap perusahaan. Cefis dan Orietta (2019) secara tegas menyebut inovasi sebagai masalah hidup dan mati bagi perusahaan dalam lingkungan kompetitif global, sebuah framing yang mungkin terdengar dramatis tetapi sesungguhnya mencerminkan realitas empiris yang sangat konkret. Soluk et al. (2021) menemukan bahwa bisnis keluarga yang mampu membangun kapabilitas inovasi digital justru mendapatkan keunggulan kompetitif yang lebih kokoh dibandingkan perusahaan non-keluarga, karena keterlibatan keluarga yang intens menciptakan lingkungan tata kelola yang mendukung pengambilan keputusan inovasi berorientasi jangka panjang. Namun fenomenanya, Calabro et al. (2019) menemukan melalui tinjauan sistematis terhadap 95

studi paling relevan dari tahun 1998 hingga 2019 bahwa penelitian tentang inovasi dalam bisnis keluarga merupakan salah satu area yang paling diabaikan dalam literatur manajemen, hanya mendapat porsi sekitar 3% dari keseluruhan penelitian bisnis keluarga. Kondisi ini menciptakan jurang pengetahuan yang sangat lebar antara urgensi praktis kapabilitas inovasi bagi kelangsungan bisnis keluarga dan minimnya pemahaman akademik tentang bagaimana mekanisme yang sesungguhnya bekerja dalam mendorong inovasi pada konteks unik bisnis keluarga. Bagi UMKM keluarga di Yogyakarta yang beroperasi dalam ekosistem industri kreatif dan budaya yang sangat dinamis, kapabilitas inovasi adalah perbedaan antara bisnis batik yang mengalami stagnasi dengan bisnis batik yang berhasil bertransformasi menjadi merek global, atau antara warung tradisional yang tutup dan restoran keluarga yang berhasil membangun franchise lintas kota. Keterlibatan keluarga dalam bisnis merupakan variabel yang paling sentral sekaligus paling kompleks dalam menjelaskan dinamika bisnis keluarga, karena ia bersifat seperti pisau bermata dua yang dapat menjadi sumber kekuatan terbesar sekaligus sumber kelemahan paling berbahaya bagi perusahaan. Debicki et al. (2016) mengoperasionalkan keterlibatan keluarga dalam bisnis ke dalam empat dimensi yaitu komitmen keluarga, kontinuitas keluarga, kendali keluarga, dan pengayaan keluarga, yang secara bersama-sama mencerminkan derajat integrasi antara sistem keluarga dan sistem bisnis. Verbeke dan Kano (2012) melalui *TCE theory of family firms* menjelaskan

bahwa keterlibatan keluarga yang dikelola dengan baik menciptakan efisiensi transaksional melalui *family-based human asset specificity*, yaitu kekhususan aset manusia berbasis kepercayaan dan loyalitas keluarga yang tidak dapat direplikasi oleh perusahaan pesaing. Akan tetapi, studi-studi empiris terbaru menunjukkan bahwa intensitas dan pola keterlibatan keluarga dalam bisnis bervariasi sangat lebar di antara bisnis-bisnis keluarga yang berbeda, dan variasi inilah yang sebagian besar menentukan apakah keterlibatan keluarga akan mendorong atau justru menghambat kapabilitas inovasi dan keberlanjutan perusahaan (Sherlock et al., 2023). Mahto et al. (2020) menemukan bahwa komitmen anggota keluarga terhadap bisnis, sebagai salah satu dimensi utama dari keterlibatan keluarga, merupakan prediktor paling kuat terhadap kelangsungan usaha karena mencerminkan kesediaan berkorban jangka panjang yang jauh melampaui kalkulasi finansial semata. Dalam konteks UMKM keluarga di Yogyakarta, dimensi-dimensi keterlibatan keluarga ini bekerja dalam dinamika sosial dan budaya yang sangat spesifik, di mana nilai-nilai kebersamaan keluarga, tekanan normatif komunal, dan kebanggaan identitas bisnis sebagai warisan budaya lokal turut mempertebal atau memperlemah masing-masing dimensi tersebut secara kontekstual. Meskipun penelitian Ahmad et al. (2021) telah memberikan kontribusi penting dengan membuktikan pengaruh keterlibatan keluarga dalam bisnis terhadap keberlanjutan jangka panjang bisnis (*Corporate Sustainable Longevity*) serta peran mediasi kapabilitas inovasi di antara keduanya, kajian tersebut dilaksanakan di Pakistan dengan sampel

perusahaan keluarga berskala besar yang telah bertahan melewati generasi kedua dan seterusnya, sehingga generalisabilitasnya terhadap konteks UMKM di negara berkembang Asia Tenggara seperti Indonesia masih sangat terbatas. Grissa dan Lakhal (2023) juga telah mengonfirmasi bahwa karakteristik tata kelola berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis keluarga, namun penelitian mereka berfokus pada orientasi jangka panjang sebagai mediator dan dilaksanakan di Tunisia, sehingga meninggalkan celah empiris yang sangat besar terkait peran spesifik kapabilitas inovasi sebagai mekanisme penghubung dalam konteks UMKM di Yogyakarta. Heider et al. (2022) dalam tinjauan literatur integratif mereka terhadap 48 studi empiris juga menegaskan bahwa pengaruh sumber daya spesifik bisnis keluarga terhadap inovasi sangat bergantung pada konteks budaya dan skala usaha, yang berarti temuan dari perusahaan keluarga besar di Eropa atau Amerika tidak serta-merta dapat diterapkan pada UMKM keluarga di lingkungan budaya komunal Asia seperti Yogyakarta. Di sisi lain, Calabro et al. (2019) secara eksplisit menyatakan bahwa aspek *survival/longevity* dan inovasi hanya mendapat porsi sekitar 2-3% dari keseluruhan penelitian bisnis keluarga yang dipublikasikan antara 1998 hingga 2019, menjadikannya sebagai dua area yang paling kurang dieksplorasi secara akademis. Peran kapabilitas inovasi sebagai variabel mediasi antara keterlibatan keluarga dalam bisnis dan CSL secara spesifik pada skala UMKM belum pernah diuji secara empiris dalam konteks Indonesia, menciptakan jurang pengetahuan yang tidak hanya relevan secara akademis

tetapi juga sangat penting secara praktis bagi pengembangan ekosistem bisnis keluarga berskala kecil di Yogyakarta. Berdasarkan keseluruhan pemaparan di atas, penelitian ini hadir sebagai respons akademik yang sistematis dan berbasis konteks terhadap tiga kesenjangan utama yang belum terisi dalam literatur: pertama, minimnya studi empiris tentang mekanisme keberlanjutan bisnis keluarga berskala UMKM di Indonesia, khususnya Yogyakarta; kedua, belum diujinya secara empiris peran mediasi kapabilitas inovasi antara keterlibatan keluarga dalam bisnis dan CSL pada konteks bisnis keluarga mikro dan kecil, dan ketiga absennya kerangka integratif yang menggabungkan proposisi TCE dan RBV dalam menjelaskan dinamika keberlanjutan jangka panjang perusahaan keluarga di lingkungan budaya komunal Asia. Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada perluasan kerangka konseptual CSL yang dikembangkan oleh Ahmad et al. (2019; 2021) ke dalam konteks UMKM keluarga Indonesia, sekaligus memberikan dukungan empiris tambahan terhadap proposisi mediasi TCE dari Verbeke dan Kano (2012) di luar konteks Pakistan sebagai negara asalnya. Secara metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) yang mampu menangkap kompleksitas hubungan mediasi secara simultan bahkan pada ukuran sampel yang relatif terbatas, sesuai dengan karakteristik populasi UMKM keluarga di Yogyakarta yang terbatas dan tersebar. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan strategis yang berbasis

bukti kepada para pelaku bisnis keluarga berskala UMKM di Yogyakarta tentang pentingnya membangun dan menginvestasikan sumber daya secara sadar ke dalam kapabilitas inovasi sebagai jembatan antara potensi relasional keterlibatan keluarga dan keberlanjutan bisnis yang nyata dan terukur lintas generasi (Grissa & Lakhal, 2023; Sherlock et al., 2023; Soluk et al., 2021).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan keseluruhan pemaparan di atas, penelitian ini hadir sebagai respons akademik yang sistematis dan berbasis konteks terhadap tiga kesenjangan utama yang belum terisi dalam literatur: pertama, minimnya studi empiris tentang mekanisme keberlanjutan bisnis keluarga berskala UMKM di Indonesia, khususnya Yogyakarta; kedua, belum diujinya secara empiris peran mediasi kapabilitas inovasi antara keterlibatan keluarga dalam bisnis dan CSL pada konteks bisnis keluarga mikro dan kecil, dan ketiga absennya kerangka integratif yang menggabungkan proposisi TCE dan RBV dalam menjelaskan dinamika keberlanjutan jangka panjang perusahaan keluarga di lingkungan budaya komunal Asia. Berdasarkan identifikasi celah tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh keterlibatan anggota keluarga terhadap keberlangsungan jangka panjang perusahaan dengan kapabilitas inovasi sebagai variable mediasi.

1.3 Batasan Penelitian

Penelitian ini menetapkan beberapa batasan agar fokus kajian tetap terarah dan hasil yang diperoleh dapat diinterpretasikan secara tepat sesuai konteksnya. Pertama, batasan dari segi variabel. Penelitian ini hanya mengkaji tiga variabel utama, yaitu keterlibatan keluarga dalam bisnis (Family Involvement in Business), kapabilitas inovasi (Innovation Capability), dan keberlanjutan jangka panjang perusahaan (Corporate Sustainable Longevity). Variabel keterlibatan keluarga dalam bisnis dioperasionisasikan melalui empat dimensi, yaitu komitmen keluarga, kontinuitas keluarga, kendali keluarga, dan pengayaan keluarga. Variabel kapabilitas inovasi diukur secara unidimensional tanpa pemecahan lebih lanjut ke dalam sub-dimensi seperti inovasi produk, proses, atau pemasaran secara terpisah. Sementara itu, variabel keberlanjutan jangka panjang perusahaan diukur melalui lima dimensi yang dikembangkan berdasarkan pendekatan balanced scorecard, yaitu kekuatan finansial, orientasi pelanggan, produksi berkelanjutan, perspektif strategis, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Variabel-variabel lain yang secara teoritis berpotensi relevan, seperti modal sosial keluarga atau orientasi kewirausahaan, tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini. Kedua, batasan dari segi subyek dan lokasi penelitian. Penelitian ini hanya dilakukan pada pemilik atau pengelola bisnis keluarga berskala UMKM yang berlokasi secara administratif di Kota Yogyakarta. Unit usaha yang dijadikan sampel

dibatasi pada usaha yang telah berdiri minimal dua tahun dan dimiliki dan/atau dikelola oleh setidaknya satu anggota keluarga inti atau keluarga besar. Batasan usia usaha minimal dua tahun ditetapkan dengan pertimbangan bahwa usaha yang belum melewati periode tersebut dinilai belum memiliki cukup rekam jejak operasional untuk dapat dievaluasi secara memadai dari sisi keberlanjutan jangka panjangnya. Dengan batasan-batasan tersebut, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan dinamika keterlibatan keluarga, kapabilitas inovasi, dan keberlanjutan usaha secara spesifik pada konteks UMKM keluarga di Kota Yogyakarta, dan generalisasi temuan ke luar konteks tersebut perlu dilakukan secara hati-hati.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka pertanyaan penelitian dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Keterlibatan Keluarga dalam Bisnis (*Family Involvement in Business*) berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kapabilitas Inovasi (*Innovation Capability*) pada bisnis keluarga berskala UMKM di Kota Yogyakarta?
2. Apakah Keterlibatan Keluarga dalam Bisnis (*Family Involvement in Business*) berpengaruh positif secara signifikan terhadap pencapaian keberlanjutan jangka panjang perusahaan (*Corporate Sustainable*

Longevity) pada bisnis keluarga berskala UMKM di Kota Yogyakarta?

3. Apakah Kapabilitas Inovasi (*Innovation Capability*) berpengaruh positif secara signifikan terhadap keberlanjutan jangka panjang perusahaan (*Corporate Sustainable Longevity*) pada bisnis keluarga berskala UMKM di Kota Yogyakarta?
4. Apakah Kapabilitas Inovasi (*Innovation Capability*) memediasi secara positif pengaruh Keterlibatan Keluarga dalam Bisnis (*Family Involvement in Business*) terhadap pencapaian keberlanjutan jangka panjang perusahaan (*Corporate Sustainable Longevity*) pada bisnis keluarga berskala UMKM di Kota Yogyakarta?

1.5 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah diajukan, maka tujuan utama dari penelitian ini adalah:

1. Mengkaji pengaruh Keterlibatan Keluarga dalam Bisnis (*Family Involvement in Business*) terhadap Kapabilitas Inovasi (*Innovation Capability*) pada bisnis keluarga berskala UMKM di Kota Yogyakarta.
2. Mengkaji pengaruh Keterlibatan Keluarga dalam Bisnis (*Family Involvement in Business*) terhadap keberlanjutan jangka panjang perusahaan (*Corporate Sustainable Longevity*) pada bisnis keluarga berskala UMKM di Kota Yogyakarta.

3. mengkaji pengaruh Kapabilitas Inovasi (*Innovation Capability*) terhadap pencapaian keberlanjutan jangka panjang perusahaan (*Corporate Sustainable Longevity*) pada bisnis keluarga berskala UMKM di Kota Yogyakarta.
4. Mengkaji peran mediasi Kapabilitas Inovasi (*Innovation Capability*) sebagai mediator dalam menjembatani hubungan antara Keterlibatan Keluarga dalam Bisnis (*Family Involvement in Business*) dengan pencapaian keberlanjutan jangka panjang perusahaan (*Corporate Sustainable Longevity*) pada bisnis keluarga berskala UMKM di Kota Yogyakarta.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat secara menyeluruh, baik dari segi teoretis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoretis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya landasan teori dan literatur di bidang manajemen operasi dan inovasi, khususnya dalam mengkaji dinamika transisi antargenerasi dan operasional bisnis keluarga berskala UMKM.
2. Memberikan hasil penelitian baru untuk menjawab *research gap* mengenai ketidakkonsistensi dampak keterlibatan keluarga terhadap keberlanjutan bisnis, dengan memvalidasi efektivitas Kapabilitas Inovasi (*Innovation Capability*) sebagai variabel mediasi.

3. Memperluas perspektif literatur global dengan memotret model keberlanjutan bisnis melalui sudut pandang sosio-kultural timur dan karakteristik kelembagaan negara berkembang, dengan menjadikan ekosistem bisnis keluarga berskala UMKM di Kota Yogyakarta sebagai arena pengujian.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Pemilik dan Penerus Bisnis Keluarga Berskala UMKM: Memberikan panduan strategis berbasis data agar manajemen bisnis keluarga berskala UMKM di Kota Yogyakarta dapat menyeimbangkan komposisi yang tepat antara pelestarian nilai tradisi keluarga dengan keberanian berinvestasi pada inisiatif inovasi masa depan. Hal ini penting untuk mencegah kebangkrutan dan memutuskan siklus kegagalan tiga generasi.
2. Bagi Pemerintah Daerah dan Pembuat Kebijakan: Menjadi bahan evaluasi dan referensi bagi instansi terkait di Kota Yogyakarta dalam merancang program pengembangan bisnis lokal atau bantuan pendampingan UMKM yang lebih spesifik dan tepat sasaran, demi menjaga kelestarian entitas bisnis keluarga berskala UMKM yang menjadi salah satu tulang punggung perekonomian daerah.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas, sistematis, dan terarah, susunan penulisan skripsi ini dibagi ke dalam lima bab dengan penjabaran sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan fondasi penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian (akademis dan praktis), serta sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas landasan teori dan tinjauan konseptual yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu keterlibatan keluarga dalam bisnis (*Family Involvement in Business*) (beserta 4 dimensinya), kapabilitas inovasi (*Innovation Capability*), dan keberlanjutan jangka panjang perusahaan (*Corporate Sustainable Longevity*) (beserta 5 dimensinya). Bab ini juga memaparkan kajian literatur terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran konseptual, serta perumusan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan desain dan jenis penelitian, definisi operasional masing-masing variabel, penentuan populasi dan sampel (bisnis keluarga berskala UMKM di Kota Yogyakarta), teknik pengumpulan data, skala pengukuran, serta teknik analisis data statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan deskripsi objek penelitian, hasil pengolahan data statistik, pengujian hipotesis, serta pembahasan analitis yang mengaitkan temuan penelitian di lapangan dengan teori dan penelitian terdahulu.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir yang berisi kesimpulan dari hasil pengujian dan pembahasan masalah, keterbatasan yang dihadapi peneliti selama proses penelitian, serta saran-saran konstruktif bagi penelitian selanjutnya dan bagi para praktisi bisnis keluarga berskala UMKM.

