J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah
Vol.4, No.2, Februari 2025

Penguatan Bisnis Keluarga Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing

Novita Rifaul Kirom[1], Tio Arriela Doloksaribu[2]
[1,2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wisnuwardhana Malang
Email: novitakirom04@gmail.com, tioarriela@gmail.com

Article History:
Received: 02 Februari 2025
Revised: 25 Februari 2025
Accepted: 28 Februari 2025

Keywords: *Bisnis keluarga, Keunggulan bersaing, Mengembangkan Bisnis*

Abstract: *UMKM adalah satu di antara penopang dalam perekonomian Indonesia. Hal ini terbukti ketika Indonesia mampu menghadapi krisis ekonomi tahun 1997/1998. Perusahaan-perusahaan besar yang diharapkan mampu bertahan ketika itu, ternyata banyak yang gagal. UMKM sebagai sektor ekonomi masyarakat kecil dengan skala lokal, sumber daya lokal dan proses produksi sederhana yang produknya dijual secara lokal telah mampu membuat UMKM mampu tetap bergerak di tengah terpaan krisis. Kondisi ini mengindikasikan bahwa UMKM memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap krisis, yang dimungkinkan karena UMKM memiliki ciri antara lain struktur organisasi dan tenaga kerja UMKM yang lebih fleksibel dalam menyesuaikan dengan perubahan pasar (Cahyoputra, 2021) . Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk menggali dan menganalisis informasi yang relevan yang telah dipublikasikan dalam berbagai sumber tertulis, seperti jurnal, buku, artikel, laporan penelitian, dan dokumen lain yang berkaitan dengan bisnis keluarga dan keunggulan bersaing yang dilakukan. Penelitian ini dilakukan pada bisnis keluarga yang ada di kota malang khususnya pada UMKM yang bergerak dibidang dagang makanan dan minuman. Informan dalam penelitian ini adalah 4 UMKM pemilik bisnis keluarga dan 4 konsumen dari usaha tersebut.*

PENDAHULUAN

UMKM adalah satu di antara penopang dalam perekonomian Indonesia. Hal ini terbukti ketika Indonesia mampu menghadapi krisis ekonomi tahun 1997/1998. Perusahaan-perusahaan besar yang diharapkan mampu bertahan ketika itu, ternyata banyak yang gagal. UMKM sebagai sektor ekonomi masyarakat kecil dengan skala lokal, sumber daya lokal dan proses produksi sederhana yang produknya dijual secara lokal telah mampu membuat UMKM mampu tetap bergerak di tengah terpaan krisis. Kondisi ini mengindikasikan bahwa UMKM memiliki daya

tahan yang lebih baik terhadap krisis, yang dimungkinkan karena UMKM memiliki ciri antara lain struktur organisasi dan tenaga kerja UMKM yang lebih fleksibel dalam menyesuaikan dengan perubahan pasar.((Cahyoputra, 2021))

UMKM di Indonesia mempunyai kontribusi yang penting sebagai penopang perekonomian. Penggerak utama perekonomian di Indonesia selama ini pada dasarnya adalah sektor UMKM. Selain mempunyai peran dalam meningkatkan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Perhatian pada pengembangan sektor UMKM memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negaranegara yang memiliki income perkapita yang rendah ((Primiana, 2009)).

Secara spesifik UMKM dipercaya mampu memberikan kontribusi terhadap upaya pengentasan kemiskinan melalui penciptaan lapangan kerja (Adomako et al., 2021). Beberapa penelitian mendapatkan hubungan yang erat antara pemberdayaan UMKM dengan pertumbuhan ekonomi daerah. Sebagai persyaratan agar strategi pembangunan daerah bekerja dengan baik, maka harus ada evaluasi terhadap kekuatan dan kelemahan masyarakat, identifikasi kesempatan bagi UMKM, pengurangan hambatan bisnis, dan pemberian kesempatan lintas pelaku setempat untuk berpartisipasi dalam proses.

Perusahaan keluarga memiliki peran yang sangat besar baik di Indonesia maupun di luar negeri. Perusahaan keluarga juga memiliki peran penting dalam membantu pemerintah untuk mengatasi masalah sosial dan ekonomi Komisaris Independen Emiten properti Lippo Group, PT Lippo Cikarang Tbk (LPCK) Hadi Cahyadi mengatakan, perusahaan keluarga itu merupakan pencipta lapangan pekerjaan dan berkontribusi 80% pada Produk Domestik Bruto (PDB) dunia. Berdasarkan studi McKenzie, 60% sektor swasta itu dikuasai oleh perusahaan keluarga dengan rata-rata memiliki pendapat US$ 1 miliar (Cahyoputra, 2021).

Keunggulan bersaing yang berkesinambungan dicapai pada saat perusahaan menerapkan suatu pencipta nilai dan perusahaan pesaing tidak secara berkesinambungan menerapkannya, serta perusahaan lain tidak mampu meniru keunggulan strategi tersebut. Menurut (Kuncoro, (2010) Keunggulan bersaing adalah jantung dari kinerja perusahaan di dalam pasar yang bersaing. Tingginya persaingan bisnis menuntut setiap perusahaan untuk saling meluncurkan berbagai produk dan jasa yang memiliki daya saing yang tinggi. Perusahaan yang memiliki daya saing tinggi adalah perusahaan yang mampu meluncurkan produk baru secara cepat dengan periode waktu pengembangan produk yang singkat. Pada umumnya yang diinginkan pelanggan adalah produk-produk yang berinovasi sesuai dengan perkembangan zaman. Inovasi produk dalam sebuah perusahaan merupakan kebutuhan utama yang pada masanya mampu menciptakan keunggulan bersaing (Haryanti & Nursusila, 2016).

LANDASAN TEORI

KEUNGGULAN BERSAING

Menurut Dalimunthe (2017:20) Keunggulan Bersaing adalah kemampuan usaha menciptakan keunggulan kompetitif agar dapat bersaing dengan kompetitor. Adapun indikator Keunggulan Bersaing dikembangkan dari beberapa ahli, yaitu harga bersaing, kemampuan manajemen, keuntungan, posisi dan tempat strategis.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Arbawa (2018) porter menjelaskan strategi Keunggulan Bersaing adalah utama dari kinerja bisnis dalam menghadapi persaingan. Keunggulan Bersaing

didefinisikan sebagai strategi utama dari perusahaan untuk melakukan kerjasama untuk menciptakan Keunggulan Bersaing yang lebih efektif dalam pasar yang dituju. Menurut Putu (2017:6125) Keunggulan Bersaing merupakan *value* sebuah perusahaan hasil dari penerapan strategi sehingga perusahaan tersebut memiliki *value* lebih dari pada pesaingnya. Sedangkan menurut Paryanti (2015:6) Keunggulan Bersaing merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam meraih keuntungan yaitu laba yang mampu diraih oleh pesaing pasar dalam industri yang sama.
Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing Menurut Prasidyjati (2014:12) ada tiga faktor yang dibutuhkan untuk menciptakan suatu Keunggulan Bersaing yang dapat di pertahankan, yaitu: a) Dasar Persaingan *(Basic of competition)* Strategi harus didasarkan pada seperangkat asset, skill, dan kemampuan. Ketiga hal tersebut akan mendukung strategi yang sedang dijalankan sehingga turut mempertahankan keunggulan. b) Di pasar mana perusahaan bersaing *(where you compete)* Penting bagi perusahaan untuk memilih pasar sasarn yang sesuai dengan strategi yang dijalankan, sehingga asset, skill dan kemampuan dapat mendukung strategi dalam memberikan sesuatu yang bernilai bagi pasar. c) Dengan siapa perusahaan bersaing (*who you compete against)*. Perusahaan juga harus mampun mengidentifikasi pesaingnya, apakah pesaing tersebut lemah, sedang atau kuat.
Indikator Keunggulan Bersaing Menurut (Setiawan, 2012) Pembelian suatu produk akan terjadi apabila pelanggan beranggapan harga produk sesuai dengan *value* yang ditawarkan. Indikator yang membentuk Keunggulan Bersaing adalah:

a. Keunikan produk, Keunikan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkan perusahaan sehingga memperoleh perbedaan dari produk pesaing dibandingkan produk umum di pasaran. Sebagai sebuah terobosan yang dihasilkan perusahaan dalam menuangkan hasil ide-ide atau gagasan sehingga menciptakan sesuatu yang berbeda atau unik dari yang lain (pesaing) sehingga mampu memiliki daya tarik bagi pelanggan.
b. Kualitas produk, Kualitas suatu produk yang dapat diciptakan oleh perusahaan. Pintar dalam memilih bahan baku yang bermutu tinggi, sehingga menghasilkan produk yang bekualitas atau lebih dibandingkan pesaing.
c. Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Dengan terciptanya suatu produk yang unik dan berkualitas, perusahaan harus bisa menyelesaikan harga supaya harga tersebut sesuai dengan daya beli pelanggan (terjangkau) dalam kata lain tidak membebankan pelanggan.

BISNIS KELUARGA

1. Family Entrepreneur

Pengertian Perusahaan Keluarga Definisi perusahaan keluarga menurut Ward dan Aronoff (2002) adalah apabila perusahaan tersebut teridiri dari dua atau lebih anggota keluarga yang mengawasi keuangan perusahaan. Menurut Donnelley (2002) dalam bukunya *Book of The Family Business* dikatakan suatu perusahaan dinamakan perusahaan keluarga apabila paling sedikit ada keterlibatan dua generasi dalam keluarga itu dan mereka mempengaruhi kebijakan perusahaan. (Susanto, 2005).

a. Tipe Perusahaan Keluarga

Dalam terminologi bisnis, ada dua tipe perusahaan (Susanto, 2005) yaitu :

a). *Family Owned Entreprise* adalah keadaan dimana perusahaan tersebut milik sebuah keluarga akan tetapi dikelola oleh tenaga kerja proffesional yang berasal dari luar keluarga atau eksternal.
b). *Family Business Entreprise*. adalah keadaan dimana perusahaan tersebut milik sebuah keluarga dan dikelola oleh anggota keluarga tersebut. Di Indonesia sebagian besar

perusahaan keluarga tergolong ke dalam tipe ini.

b. Karakteristik dan Nilai Perusahaan Keluarga Secara umum,

Karakteristik dari *Family Business Entreprise* adalah keterlibatan yang tinggi dari anggota keluarga dalam artian segala peraturan perusahaan, pengambilan keputusan, strategi-strategi yang dilakukan. Fokusnya berada pada kontrol dan partisipasi dari seluruh anggota keluarga. Karakteristik ini diperkuat oleh Harris, Martinez and Ward (1994) dimana dalam perusahaan keluarga pemilik perusahaan selalu ingin berpengaruh dalam setiap langkah dari proses perusahaan. Karekteristik lain yang dimiliki oleh perusahaan keluarga adalah tingginya tingkat pembelajaran dan berbagi lingkungan di dalam organisasi, yang artinya berbagi tentang keadaan-keadaan bisnis dimanapun baik itu di perkumpulan keluarga sekalipun. Nilai anggota keluarga mengekspresikan penciptaan suatu tujuan umum bagi karyawan dan membantu terbentuknya rasa identifikasi dan komitmen.

Mulai dari Perusahaan Keluarga itu berdiri telah mempunyai nilai–nilai yang tanpa disadari telah menjadi karakteristik tertentu yaitu :

a). *Inward Looking* Berarti melihat ke dalam dimana dalam penempatan jabatan maupun pengambilan keputusan lebih mengutamakan hubungan sebagai keluarga yang tetap harus dijaga di luar jalur profesionalitas.

b). Berdasarkan Emosi Pengambilan Keputusan yang diambil atau ditentukan lebih bersifat objektif karena masih adanya hubungan kekeluargaan.

c). *Lifelong Membership* Karena adanya status keluarga maka pekerja–pekerja yang berada dalam perusahaan tersebut tidak memiliki batas waktu bekerja.

c. Struktur Perusahaan Keluarga

Michael Friedman dan Scott Friedman menjelaskan empat macam struktur perusahaan keluarga (Susanto, 2005)yaitu:

a). Kepemilikan Tunggal *(sole proprietorship)* Perusahaan dikelola oleh pemiliknya sendiri.

b). Perkongsian umum *(general partnership)* Merupakan asosiasi sukarela dari dua atau tiga orang, perusahaan, atau badan hukum yang setuju untuk bekerja sama, berbagi keuntungan dan kerugian serta pengawasan untuk tujuan bisnis. Untuk membentuk perkongsian ini tidak dituntut langkah-langkah formal seperti rapat-rapat, dokumen-dokumen yang perlu disiapkan dan di tandatangani.

c). Perkongsian terbatas *(limited partnership)* Merupakan badan hukum yang diciptakan di bawah undang-undang. Perkongsian terbatas dibentuk berdasarkan persyaratan-persyaratan menurut hukum setempat. Setiap perkongsian terbatas harus mempunyai sekurang-kurangnya satu mitra umum dan satu mitra terbatas yang tidak harus perorangan, tetapi bisa perusahaan. Mitra terbatas mempunyai otoritas manajerial yang terbatas dalam kegiatan perkongsian. Mitra terbatas bertanggung jawab atas kewajiban perkongsian hanya sebatas investasinya di bisnis itu. Sedangkan mitra umum dari perkongsian terbatas mempunyai tanggung jawab pribadi tak terbatas untuk kewajibankewajiban perkongsian umum.

Perusahaan *(corporation)* Korporasi ini dimiliki oleh para pemegang saham. Pemegang saham perusahaan tidak mempunyai tanggung jawab pribadi untuk hutang-hutang perusahaan atau tanggung jawab lain di luar nilai investasinya di perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk menggali dan

menganalisis informasi yang relevan yang telah dipublikasikan dalam berbagai sumber tertulis, seperti jurnal, buku, artikel, laporan penelitian, dan dokumen lain yang berkaitan dengan bisnis keluarga dan keunggulan bersaing yang dilakukan. Penelitian ini dilakukan pada bisnis keluarga yang ada di kota malang khususnya pada UMKM yang bergerak dibidang dagang makanan dan minuman. Informan dalam penelitian ini adalah 4 UMKM pemilik bisnis keluarga dan 4 konsumen dari usaha tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Keluarga dalam meningkatkan bisnis

Keluarga memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung dan meningkatkan sebuah bisnis. Dalam dunia usaha yang penuh tantangan, dukungan keluarga dapat menjadi fondasi kuat bagi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Peran keluarga tidak hanya terbatas pada aspek emosional, tetapi juga mencakup kontribusi finansial, tenaga kerja, hingga jaringan relasi yang dapat membantu pengembangan usaha.

Salah satu peran utama keluarga adalah memberikan dukungan moral dan motivasi. Ketika seorang pengusaha menghadapi kesulitan, keluarga menjadi tempat untuk berbagi keluh kesah sekaligus memberikan semangat agar tetap bertahan dan terus berinovasi. Kehadiran keluarga yang selalu mendukung dapat meningkatkan rasa percaya diri dan ketahanan mental dalam menjalankan bisnis.

Selain itu, keluarga juga dapat berperan sebagai sumber tenaga kerja yang loyal dan berdedikasi. Dalam banyak bisnis keluarga, anggota keluarga sering kali terlibat langsung dalam operasional usaha, baik sebagai pekerja, pengelola, maupun pengambil keputusan. Hal ini membantu dalam efisiensi biaya dan memastikan bahwa bisnis dijalankan dengan penuh tanggung jawab.

Dari segi finansial, keluarga sering menjadi penyokong utama dalam modal usaha. Baik melalui investasi langsung maupun pinjaman tanpa bunga, dukungan finansial dari keluarga memungkinkan bisnis berkembang tanpa beban bunga tinggi yang biasa ditemui dalam pinjaman perbankan. Dengan demikian, bisnis dapat tumbuh lebih stabil dan berkelanjutan.

Tak hanya itu, jaringan dan relasi keluarga juga memiliki peran penting dalam memperluas peluang bisnis. Melalui hubungan yang telah terjalin, anggota keluarga dapat membantu mengenalkan bisnis kepada calon pelanggan, mitra kerja, atau bahkan investor potensial. Dengan jaringan yang luas, bisnis memiliki kesempatan lebih besar untuk berkembang dan mencapai pasar yang lebih luas.

Namun, meskipun peran keluarga sangat besar dalam meningkatkan bisnis, tantangan tetap ada. Konflik internal, perbedaan visi, serta kurangnya profesionalisme dalam mengelola usaha dapat menjadi hambatan. Oleh karena itu, penting untuk membangun komunikasi yang baik, membagi peran dengan jelas, serta menanamkan nilai-nilai bisnis yang kuat agar usaha tetap berjalan dengan harmonis.

Dengan dukungan keluarga yang solid, bisnis memiliki peluang lebih besar untuk berkembang, bertahan, dan diwariskan kepada generasi berikutnya. Oleh karena itu, memanfaatkan peran keluarga dalam bisnis dengan baik bukan hanya akan meningkatkan keberhasilan usaha, tetapi juga memperkuat hubungan kekeluargaan yang lebih erat dan harmonis.

Tanggung Jawab Keluarga dalam Meningkatkan Bisnis

Dalam menjalankan dan mengembangkan sebuah bisnis, keluarga memiliki peran yang tidak hanya sebagai pendukung, tetapi juga sebagai pihak yang bertanggung jawab terhadap kelangsungan usaha. Tanggung jawab keluarga dalam bisnis meliputi berbagai aspek, mulai dari kontribusi tenaga, pemikiran, hingga pengelolaan sumber daya agar bisnis dapat berkembang

secara berkelanjutan.

Salah satu tanggung jawab utama keluarga adalah menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan bisnis. Anggota keluarga harus memberikan motivasi dan dorongan kepada pemilik usaha, terutama dalam menghadapi tantangan dan tekanan dunia bisnis. Dukungan emosional ini sangat penting untuk menjaga semangat dan daya juang dalam berwirausaha.

Selain dukungan moral, keluarga juga bertanggung jawab dalam menjaga keberlanjutan bisnis dengan keterlibatan aktif dalam operasional dan manajemen usaha. Dalam bisnis keluarga, pembagian tugas yang jelas antar anggota keluarga menjadi kunci keberhasilan. Setiap individu perlu memahami perannya masing-masing, baik dalam hal produksi, pemasaran, keuangan, atau manajemen sumber daya manusia. Dengan adanya pembagian tanggung jawab yang adil, bisnis dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

Dari sisi finansial, keluarga juga bertanggung jawab dalam mengelola modal usaha dengan bijak. Tidak hanya dalam hal memberikan dukungan dana, tetapi juga dalam memastikan bahwa bisnis dikelola dengan prinsip keuangan yang sehat. Pengeluaran yang tidak terkontrol atau penggunaan dana secara sembarangan dapat menghambat pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu, diperlukan transparansi dalam pengelolaan keuangan agar usaha dapat berkembang dengan stabil.

Tanggung jawab lainnya adalah menjaga reputasi dan nama baik bisnis. Sebagai bagian dari keluarga yang terlibat dalam usaha, setiap anggota keluarga harus memiliki kesadaran untuk selalu menjaga etika kerja, profesionalisme, serta hubungan baik dengan pelanggan dan mitra bisnis. Kepercayaan dari pelanggan adalah aset berharga yang dapat menentukan keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang.

Selain itu, keluarga juga memiliki tanggung jawab dalam menyiapkan regenerasi dan keberlanjutan usaha. Dalam banyak bisnis keluarga, pewarisan usaha menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, penting bagi keluarga untuk mempersiapkan generasi penerus dengan memberikan edukasi dan pengalaman yang cukup agar mereka siap melanjutkan bisnis dengan visi yang lebih berkembang.

Meskipun memiliki peran yang besar dalam meningkatkan bisnis, keluarga juga harus mampu menghadapi berbagai tantangan, seperti potensi konflik internal dan perbedaan pendapat dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, komunikasi yang terbuka, transparansi, dan saling menghormati adalah kunci dalam menjalankan bisnis keluarga dengan harmonis dan sukses.

Dengan menjalankan tanggung jawabnya secara baik, keluarga tidak hanya dapat meningkatkan bisnis, tetapi juga menciptakan usaha yang lebih solid, berkelanjutan, dan mampu memberikan manfaat bagi generasi yang akan datang.

Keunggulan Bersaing Bisnis Keluarga

Bisnis keluarga memiliki keunggulan kompetitif yang dapat membuatnya bertahan dan berkembang dalam persaingan pasar. Meskipun menghadapi tantangan tersendiri, banyak bisnis keluarga yang mampu bertahan dalam jangka panjang karena memiliki nilai-nilai dan strategi yang unik dibandingkan dengan perusahaan non-keluarga.

Salah satu keunggulan utama bisnis keluarga adalah kesolidan dan loyalitas dalam tim kerja. Dalam bisnis keluarga, hubungan antara pemilik dan karyawan sering kali lebih erat karena didasarkan pada rasa memiliki dan tanggung jawab bersama. Hal ini menciptakan lingkungan kerja yang lebih stabil, dengan komitmen tinggi dari anggota keluarga yang terlibat. Dengan adanya loyalitas ini, bisnis dapat beroperasi dengan lebih efektif dan memiliki tingkat pergantian karyawan yang lebih rendah.

Selain itu, keputusan bisnis dapat dibuat dengan lebih fleksibel dan cepat. Tidak seperti perusahaan besar yang memiliki hierarki kompleks dan birokrasi yang panjang, bisnis keluarga

cenderung memiliki struktur manajemen yang lebih sederhana. Hal ini memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dalam menanggapi perubahan pasar dan peluang bisnis yang muncul. Fleksibilitas ini menjadi salah satu faktor yang membuat bisnis keluarga lebih adaptif dalam menghadapi tantangan.

Dari segi nilai dan budaya, bisnis keluarga sering kali memiliki **warisan nilai yang kuat**, seperti kejujuran, kerja keras, dan dedikasi terhadap pelanggan. Nilai-nilai ini diwariskan dari generasi ke generasi, menciptakan identitas bisnis yang kuat dan membangun reputasi yang baik di mata pelanggan. Konsistensi dalam menjalankan nilai-nilai ini juga membantu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan mitra bisnis.

Keunggulan lain yang dimiliki bisnis keluarga adalah stabilitas keuangan yang lebih baik. Karena kepemilikan bisnis dikelola oleh keluarga, sering kali ada dorongan untuk menjaga keuangan perusahaan dengan lebih hati-hati dan menghindari pengambilan risiko yang berlebihan. Selain itu, modal usaha sering kali berasal dari investasi internal keluarga, sehingga dapat mengurangi ketergantungan pada pinjaman eksternal dan risiko utang yang tinggi.

Dari sisi hubungan dengan pelanggan, bisnis keluarga cenderung memiliki ikatan yang lebih personal dengan konsumen. Karena bisnis dijalankan dengan pendekatan yang lebih personal dan penuh dedikasi, pelanggan sering kali merasa lebih dihargai. Pelayanan yang lebih hangat dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan menjadi daya tarik tersendiri yang sulit ditiru oleh perusahaan besar.

Meskipun memiliki berbagai keunggulan, bisnis keluarga tetap perlu menghadapi tantangan seperti konflik internal, regenerasi kepemimpinan, dan profesionalisme dalam pengelolaan usaha. Namun, dengan strategi yang tepat, bisnis keluarga dapat terus berkembang dan mempertahankan keunggulannya di pasar.

Keunggulan yang dimiliki oleh bisnis keluarga bukan hanya menjadi faktor kesuksesan dalam jangka pendek, tetapi juga menjadi fondasi untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

KESIMPULAN

Bisnis keluarga memiliki potensi besar untuk berkembang dan bertahan dalam persaingan pasar apabila dikelola dengan strategi yang tepat. Keunggulan seperti loyalitas yang tinggi, fleksibilitas dalam pengambilan keputusan, serta warisan nilai yang kuat menjadi faktor utama yang membedakan bisnis keluarga dari jenis usaha lainnya. Namun, untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing bisnis, diperlukan upaya penguatan dalam berbagai aspek, mulai dari manajemen, inovasi, hingga regenerasi kepemimpinan.

Penguatan bisnis keluarga dapat dilakukan melalui pembagian tugas yang jelas, peningkatan profesionalisme, serta pemanfaatan teknologi dan inovasi untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Selain itu, penting bagi bisnis keluarga untuk menjaga komunikasi yang baik antaranggota keluarga guna menghindari konflik yang dapat menghambat pertumbuhan usaha.

Dengan strategi yang tepat, bisnis keluarga tidak hanya mampu bersaing di pasar yang kompetitif tetapi juga dapat bertahan dalam jangka panjang. Keberlanjutan bisnis ini bukan hanya akan memberikan manfaat bagi anggota keluarga yang terlibat, tetapi juga berkontribusi terhadap perekonomian secara lebih luas. Oleh karena itu, penguatan bisnis keluarga harus menjadi fokus utama dalam menciptakan usaha yang solid, berdaya saing tinggi, dan mampu diwariskan kepada generasi mendatang.

DAFTAR REFERENSI

Arbawa, D. L. dan P. W. (2018). Keunggulan Bersaing : Berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada UMKM Makanan dna Minuman di Kabupaten Kendal). *Jurnal Program Studi Magister Manajemen. Universitas Semarang* .

Haryanti & Nursusila. (2016). Membangun Kinerja Pemasaran Berbasis Inovasi Prodk dan Keunggulan Bersaing (Studi empiris pada kerajinan gitar di Kabupaten Sukoharjo). *Aktual*, *2*(1), 1–19.

Kuncoro. (2010). *Strategi: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Erlangga.

Leonard AL Cahyoputra. (2021). *Perusahaan Keluarga Miliki Peran Penting Bantu Pemerintah Atasi Masalah Sosial dan Ekonomi*.

Primiana, I. (2009). *Menggerakkan Sektor Riil UKM &Industri*. Alfabeta.

Setiawan, H. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi, dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis Edisi Ke-VIII, November 2012 ISSN: 2085-1375*.

Susanto, A. (2005). *Woorld Class Family Business*. Quantum Bisnis dan Manajemen.