

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bisnis keluarga merupakan bisnis yang banyak bermunculan dan bergerak di berbagai bidang di Indonesia karena bisnis keluarga pada umumnya cenderung memiliki jangka waktu yang panjang terhadap bisnisnya. Menurut Donnelley (2002) dalam bukunya *The Family Business*, bahwa suatu organisasi dinamakan perusahaan keluarga apabila paling sedikit ada keterlibatan dua generasi dalam keluarga itu dan mereka mempengaruhi kebijakan perusahaan. Definisi perusahaan sendiri menurut Ward dan Aronoff (2002), suatu perusahaan dikatakan sebagai perusahaan keluarga apabila terdiri dari dua atau lebih anggota keluarga yang mengawasi keuangan perusahaan.

Martinez et al. (2007) menyatakan bahwa perusahaan keluarga memiliki kinerja dengan hasil yang lebih baik, karena perusahaan keluarga dikelola sebagian besar oleh anggota keluarga sendiri yang memegang posisi kunci dalam organisasi. Ciri khas bisnis keluarga terletak pada kepemimpinan dan kontrol yang akan diwariskan pada generasi penerus. Kepemilikan yang signifikan oleh keluarga terjadi jika, keluarga tersebut memilikinya secara keseluruhan atau sebagian besar dari bisnis dan memegang peranan aktif dalam penyusunan strategi dan dalam operasional.

Agar bisnis dapat terus tumbuh dan berlanjut terdapat banyak aspek dan faktor yang harus diperhatikan, di antaranya regenerasi oleh penerusnya dan profesionalisasi manajemennya. Model Perkembangan Tiga Dimensi memiliki perangkat yang lebih lengkap untuk memotret perkembangan sebuah bisnis keluarga, sehingga dapat memastikan bahwa tahapan itu dapat ditemukan dan ditentukan dengan tingkat kepastian yang memadai. Model Perkembangan Tiga Dimensi (Davis et al., 1997), meliputi: perkembangan dimensi bisnis, perkembangan dimensi keluarga, dan perkembangan dimensi kepemilikan. Model Perkembangan Tiga Dimensi, memiliki perangkat yang lebih lengkap untuk memotret perkembangan sebuah bisnis keluarga, sehingga dapat memastikan bahwa tahapan itu dapat ditemukan dan ditentukan dengan tingkat kepastian yang memadai. Pada masing-masing dimensi perkembangan, memiliki beberapa posisi (siklus) dengan pencirinya. Pada perkembangan kepemilikan yang biasa terjadi dalam bisnis keluarga, terdapat tiga tahap yaitu: (1) Pengendalian pemilik, (2) Rekanan sekandung, dan (3) Gabungan keluarga besar. Pada tahap perkembangan kepemilikan perusahaan terdapat unsur fungsi manajemen POAC yang dikemukakan oleh Terry (1979). Sebagai indikator perkembangan kepemilikan, POAC merupakan kepanjangan dari *Planning* (perencanaan), *Organizing* (penataan), *Leading* (Kepemimpinan), *Controlling* (Pengendalian). Fungsi POAC sendiri dalam suatu organisasi adalah untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi suatu organisasi dalam pencapaian tujuannya.

Pada perkembangan Bisnis-Manajemen terdapat 3 tahap: (1) Memulai Usaha, (2) Ekspansi dan formal, dan (3) Dewasa. Pada perkembangan Keluarga

ada 4 tahap : (1) Bisnis keluarga muda, (2) Generasi kedua memasuki bisnis, (3) Kerja bersama, dan (4) Menyerahkan tongkat. Richard (1985) berpendapat bahwa manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan terhadap aktivitas-aktivitas karyawan dalam perpaduan dengan sumber organisasi lainnya untuk mencapai sasaran keorganisasian yang dikehendaki.

Objek analisis pada penelitian ini adalah bisnis keluarga Toko Kolbandang yang menjual alat jahit, accessories, bahan-bahan prakarya, dll. Beralamat di Jl. MT Haryono 934, Semarang. Toko Kolbandang sudah berdiri sejak tahun 1980. Saat ini dikelola oleh Ibu Waryanti dan kedua anaknya yang bernama Ibu Ina dan Ibu Novi yang berdasarkan konsep bisnis keluarga.

Tujuan dari penelitian ini adalah penting untuk meneliti deskripsi model tiga dimensi pada Toko Kolbandang dan mengetahui pada tahapan apa model tiga dimensi perkembangan Toko Kolbandang agar usaha Toko Kolbandang bisa lebih maju dan lebih berkembang dari sebelumnya setelah diadakan penelitian, dan bagi penulis untuk menambah pengetahuan dan bisa mengambil manfaat untuk menjalankan bisnis di masa mendatang.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini berjudul: “**Analisis Perkembangan Bisnis Keluarga Toko Kolbandang Semarang Dengan Model Perkembangan Tiga Dimensi.**”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tahap kepemilikan Toko Kolbandang?
2. Bagaimana tahap bisnis Toko Kolbandang?
3. Bagaimana tahap keluarga Toko Kolbandang?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui tahap kepemilikan Toko Kolbandang.
2. Untuk mengetahui tahap bisnis Toko Kolbandang.
3. Untuk mengetahui tahap keluarga Toko Kolbandang.

Penelitian ini dilakukan dengan harapan memberikan manfaat:

1. Manfaat Praktis: Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi pemilik usaha untuk dapat mengetahui tahap Model Perkembangan Tiga Dimensi sehingga diharapkan dengan penelitian ini Toko Kolbandang bisa lebih mengembangkan usahanya.

2. Manfaat Akademis: Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai tahap Model Perkembangan Tiga Dimensi agar peneliti bisa mengambil manfaat saat menjalankan bisnis di masa mendatang.