

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut data dari PWC mengatakan bahwa lebih dari 95% bisnis di Indonesia dimiliki oleh keluarga, dan untuk daerah Asia Tenggara sendiri 60% perusahaan terbuka atau (tbk.) merupakan *family business* atau perusahaan keluarga. Pewarisan kepada pewaris merupakan hal yang penting atau prioritas utama dari suatu perusahaan, Dengan PDB yang setara dengan Turki dan Belanda, tingkat pertumbuhan pertahun Indonesia ada pada kisaran 5.8-6.4%, Di Indonesia sendiri diprediksi bahwa akan menjadi kekuatan ekonomi yang besar ke-4 di dunia pada tahun 2050 mendatang, dengan didukung oleh industrialisasi yang maju di Indonesia akan semakin menarik para investor untuk menginvestasikan di Indonesia (PwC Indonesia, 2014).



Gambar 1.1 Bisnis di Indonesia

Sumber: Survey Bisnis Keluarga 2014 PWC

Perusahaan di Indonesia sejatinya banyak dikuasi oleh bisnis keluarga, perusahaan di Indonesia banyak diwariskan kepada generasi berikutnya namun tidak dapat dipungkiri juga bahwa perusahaan di Indonesia saat ini yaitu bisnis keluarga banyak yang diteruskan atau diberikan kepada pihak *external* yaitu profesional yang mampu mengedepankan perusahaan lebih baik, karena apabila perusahaan diberikan kepada orang yang salah tentu saja perusahaan tersebut bukannya berkembang namun perusahaan tersebut akan mundur dan gulung tikar. Seni dan kerajinan, yang biasa dikenal dengan bisnis kerajinan tangan, adalah salah satu bentuk bisnis keluarga yang populer. Usaha kerajinan tangan merupakan bagian penting dari pariwisata dan berkontribusi dalam pencapaian kepuasan wisatawan.

Menurut Tatiyanantakul & Kovathanakul, (2014) bisnis keluarga adalah bisnis yang beberapa anggota keluarga adalah orang yang berkuasa dalam administrasinya. Bisnis dikendalikan oleh beberapa anggota keluarga itu termasuk terlibat dalam penetapan kebijakan, tujuan dan hal-hal penting serta mentransfer kekuasaan ke generasi berikutnya

Beberapa temuan menarik dalam survei yang dilakukan “The Jakarta Consulting Group” terhadap 87 perusahaan keluarga skala menengah ke atas yang tersebar di beberapa kota di Indonesia (Wielsma dan Brunninge, 2019). Responden dari survei merupakan perusahaan keluarga skala menengah ke atas. Hal tersebut diasumsikan karena posisi mereka yang seringkali dijadikan model bagi perusahaan keluarga lainnya, baik yang skalanya lebih kecil maupun usianya lebih muda. Di antara responden tersebut, sepertiganya mempunyai pasar nasional dan seperlima

lainnya bahkan sudah merambah pasar internasional. Survei tersebut memperoleh hasil bahwa mayoritas anggota keluarga mengharapkan menjadi bagian dari perusahaan keluarga (Wielsma dan Brunninge, 2019). Hal ini berbeda jauh dengan hasil survey yang dilakukan di negara-negara maju dimana hanya 5% dari para anggota keluarga yang ingin masuk dalam perusahaan keluarga (Wielsma dan Brunninge, 2019).

Bisnis keluarga yang menanamkan seni dan kerajinan memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi dan budaya (Luckman, 2015). Studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa seni dan keahlian menemukan cara baru untuk mengeksplorasi dan memanfaatkan prospek (Bruni dan Perrotta, 2014), yang sering kali mencakup mengubah bakat dan hasrat mereka menjadi bisnis yang menguntungkan (Biraglia dan Kadile, 2017). Bisnis seni dan kerajinan menambah dampak positif dengan menjadi sukarelawan di komunitas mereka dan berinvestasi dalam kegiatan perusahaan yang empatik (Pret dan Carter, 2017) dalam (Deb et al., 2022).

Bisnis keluarga dapat membantu dalam mempromosikan, melindungi, dan melestarikan seni dan kerajinan lokal, yang pada gilirannya dapat menciptakan bentuk baru pariwisata budaya kreatif (Ratten dan Ferreira, 2017). Ada berbagai perspektif teoretis dalam bisnis keluarga seni dan kerajinan yang dianggap sebagai bagian dari kewirausahaan budaya (Ratten dan Ferreira, 2017). Swedberg (2006) menciptakan istilah "kewirausahaan budaya," yang paling baik mengekspresikan bisnis keluarga dalam seni dan kerajinan untuk menggambarkan kombinasi baru dari ide-ide kreatif untuk memprioritaskan estetika daripada keuntungan. Produk

pengrajin meningkatkan daya saing daerah suatu destinasi. Hal yang sama dikatakan Tatiyanantakul & Kovathanakul, (2014) ekspresi yang ditampilkan dalam seni kerajinan setiap kelompok budaya dapat memiliki keasliannya sendiri yang disebut sebagai “Identitas”. Hal ini dimaksudkan sebagai representasi atau simbol masyarakat yang mencerminkan nilai budaya masyarakat yang seni kerajinannya sendiri merupakan warisan nenek moyang.

Menurut Ratten dan Ferreira (2017), keunikan seni dan kerajinan diatur oleh keinginan budaya dan kreatif yang merangsang pertumbuhan sosial ekonomi dan pemberdayaan masyarakat dalam (Deb et al., 2022). Oleh karena itu, bisnis keluarga harus dipertahankan dan didorong dalam seni dan kerajinan sebagai strategi pemasaran untuk menambah nilai suatu destinasi, salah satunya adalah kerajinan rotan.

Industri kerajinan rotan di Cirebon digolongkan sebagai sentra industri kerajinan rotan terbesar di Indonesia Marti Nangoy (2011) dalam Agustine (2019). Salah satu yang terkenal yaitu sentra industri kerajinan rotan di Desa Tegalwangi Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon. Di Desa Tegalwangi bahan baku rotan diolah menjadi produk jadi dalam bentuk kerajinan rotan. Sentra industri kerajinan rotan di Desa Tegalwangi sudah merambah ke pasar internasional sejak puluhan tahun yang lalu. Kerajinan rotan di Desa Tegalwangi sudah ada sejak tahun 1930, namun baru mulai berkembang pada tahun 1970-an. Hal tersebut ditandai dengan berdirinya Koperasi Kerajinan Rotan di Desa Tegalwangi yang berdiri pada tahun 1973 yang turut mempengaruhi pasang surut kehidupan sentra industri kerajinan rotan di Desa Tegalwangi (Agustine, 2019).

Sentra industri kerajinan rotan menunjukkan kekuatannya dalam bertahan terutama ketika Indonesia mengalami krisis ekonomi yang memukul usaha-usaha besar yang ada di Indonesia. Pada saat terjadi krisis, banyak perusahaan besar yang tidak mampu menghadapi krisis bahkan sampai collapse dan gulung tikar, namun usaha kecil justru menumbuhkan harapan dapat menjadi motor perekonomian Indonesia. Usaha kecil terbukti lebih “tahan banting” dalam menghadapi krisis, karena pemulihan kondisi yang terjadi akibat krisis ekonomi global relatif lebih cepat dilakukan oleh pengusaha pada skala kecil dan mikro yang pada umumnya tidak ditopang dana pindaman dari bank dibandingkan usaha-usaha besar yang membutuhkan suntikan dana dari lembaga keuangan atau pemerintah, Rahmini Suci (2017) dalam (Agustine, 2019).

Menurut dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cirebon, nilai produksi komoditi unggulan di Kabupaten Cirebon, kerajinan rotan adalah nomor satu, yang dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini: ([Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon \(bps.go.id\)](http://Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon (bps.go.id))), diakses pada tanggal 6 November 2022.

Tabel 1.1 Nilai Produksi Industri

Nilai Produksi Industri Menurut Jenis Komoditi Industri Unggulan di Kabupaten Cirebon (ribu rupiah), 2016-2020

Komoditi Unggulan	2016	2017	2018	2019	2020
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Meubeul/Kerajinan Rotan	2,007,360,200	2,119,339,811	2,246,571,412	2,299,374,990	2,314,593,630
Meubeul Kayu	364,613,718	375,164,695	383,605,529	386,770,869	393,207,251
Emping Mlinjo	23,122,114	23,122,114	23,122,114	23,122,114	23,122,114
Roti Dan Makanan Ringan	212,533,027	325,708,462	370,141,728	405,375,736	408,751,343
Batu Alam	182,813,030	182,813,030	182,813,030	182,015,715	182,813,030
Sandal Karet	4,455,850	4,455,850	4,455,850	4,654,510	4,455,850
Batik	83,897,693	83,897,693	83,897,693	83,897,693	84,039,409
Konveksi	21,535,245	24,211,727	24,211,727	41,536,737	42,234,864
Kerajinan Kulit Kerang	12,855,000	12,855,000	12,855,000	12,855,000	12,855,000

Sumber : Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cirebon

Dari tabel 1.1 di atas, dibandingkan dengan industri lainnya, industri kerajinan rotan dapat memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perkembangan perekonomian Kabupaten Cirebon. Dengan kapasitas dan nilai produksi yang memadai, serta kualitas dan kuantitas yang dihasilkan oleh sentra industri rotan ini merupakan industri padat karya, sebagian besar produknya di ekspor ke luar negeri, sehingga di harapkan dapat membuka lapangan kerja. Kesempatan yang cukup bagi masyarakat Kabupaten Cirebon.

Akan tetapi, masalahnya adalah bahwa peristiwa jatuh bangun industri kerajinan rotan ada pada regulasi pemerintah. Rotan tumbuh subur di daerah tropis dan yang terbaik adalah di garis khatulistiwa, artinya hanya di Indonesia. Namun demikian, pemerintah justru memperbolehkan ekspor bahan baku yang menyebabkan sentra industri kerajinan rotan Kabupaten Cirebon khususnya di Desa Tegalwangi Kecamatan Weru harus gulung tikar karena kesulitan memperoleh bahan baku dan tidak dapat bersaing dengan produk luar. Kebijakan buka tutup ekspor bahan baku ini sangat berdampak pada pasang surut industri kerajinan rotan di Desa Tegalwangi (Agustine, 2019). Ditambah lagi pelaku industri rumahan kerajinan rotan di Kabupaten Cirebon, Jawa Barat mengalami penurunan produksi selama pandemi Covid-19 melanda (bandung.bisnis.com, 2022).

Darma pengrajin rotan asal kabupaten Cirebon mengatakan produksi kerajinan menurun akibat minimnya permintaan dari pasar luar negeri. sebelum adanya penurunan produksi, setiap bulannya ia mampu mengirim dua kontainer atau 1.120 unit furnitur rotan. Namun, sejak tiga bulan terakhir ini ia hanya mampu memproduksi sebanyak 200 unit furnitur rotan saja. "Waktu masih ramai, setiap

bulan mampu mengumpulkan omzet Rp319 juta. Tetapi sekarang, tidak pernah lebih dari Rp100 juta," kata Darma. Menurut Darma, pemerintah melalui dinas terkait harus melakukan upaya untuk terkait pemasaran hasil produksi para perajin. Saat ini, para perajin skala kecil hanya mengandalkan para eksportir untuk pemasaran. "Salah satu contoh, bantuan modal dari pemerintah juga tidak ada. Kami ini sudah sering menanggung risiko dari bisnis ini," kata Darma.

Thomas Zellweger (2017) menyatakan bahwa bisnis keluarga setidaknya memiliki enam kelemahan. Kelemahan tersebut antara lain ketergantungan keluarga, biaya keagenan altruistik, tantangan dalam mempersiapkan suksesi, kendala sumber daya, fokus bisnis berkurang, dan peran yang tidak jelas.

Ketergantungan pada keluarga menjadi kelemahan bisnis keluarga. Karena kendali atas anggota keluarga, formal atau informal, menentukan nasib bisnis menjadi lebih baik atau lebih buruk. Ini bisa terjadi ketika sebuah perusahaan dijalankan oleh keluarga yang tidak kompeten atau tidak etis. Kelemahan berikutnya adalah timbulnya biaya keagenan karena altruisme. Salah satu keuntungan bisnis keluarga adalah tidak ada konflik antara pemilik dan pengelola, tetapi bukan berarti tidak ada konflik. Salah satu potensi konflik adalah adanya nepotisme dalam pengangkatan manajer, bukan karena orang tersebut profesional dan dibutuhkan oleh perusahaan, tetapi karena orang tersebut terkait dengan pemilik perusahaan. Kelemahan selanjutnya adalah tantangan mempersiapkan suksesi.

Tabel 1.2 Jumlah Perusahaan Industri

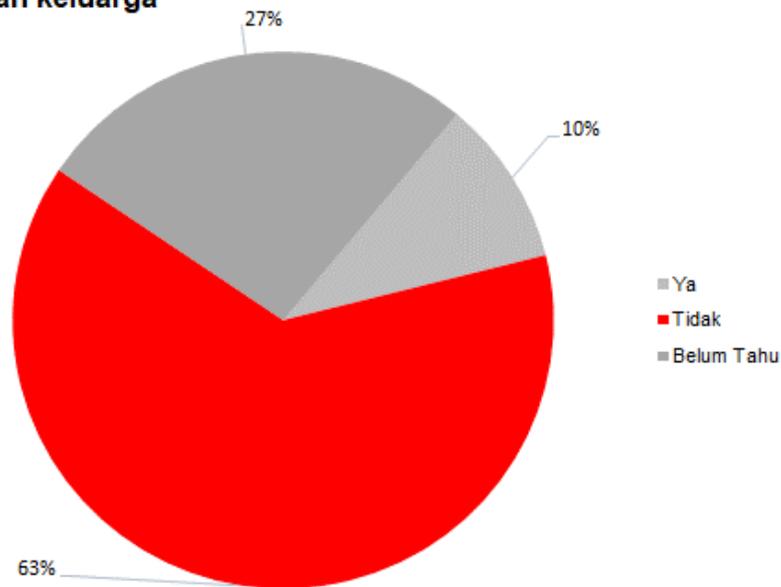
Jumlah Perusahaan Industri Menurut Jenis Komoditi Unggulan di Kabupaten Cirebon (unit), 2015-2018

Komoditi Unggulan	2015	2016	2017	2018
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Meubeul/Kerajinan Rotan	1 370	1 382	1 398	1 408
Meubeul Kayu	1 252	1 253	125	1 257
Emping Mlinjo	158	166	166	166
Roti Dan Makanan Ringan	571	770	775	782
Batu Alam	344	347	347	347
Sandal Karet	21	22	22	22
Batik	565	593	593	593
Konveksi	610	625	626	626
Kerajinan Kulit Kerang	8	8	8	8

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cirebon

Dari tabel 1.2 di atas, industri kerajinan rotan memiliki jumlah perusahaan paling tinggi dibandingkan dengan industri lainnya. Berkaitan dengan hal tersebut di atas, dilakukan studi eksplorasi terhadap 30 orang pelaku bisnis keluarga, tujuan dari studi eksplorasi ini adalah untuk mengetahui keinginan untuk melanjutkan bisnis kerajinan tangan keluarga dan alasan tidak ingin melanjutkan bisnis kerajinan tangan keluarga.

Keinginan untuk melanjutkan bisnis kerajinan tangan keluarga



Gambar 1.2 Keinginan untuk melanjutkan bisnis kerajinan tangan keluarga

Dari gambar 1.2 di atas, terlihat bahwa mayoritas responden (63%) tidak ingin melanjutkan bisnis kerajinan tangan keluarga karena adanya Covid-19. Sementara 27% ingin melanjutkan bisnis kerajinan tangan keluarga, 10% belum tahu ingin melanjutkan. bisnis kerajinan tangan keluarga.

Alasan Tidak ingin Melanjutkan Bisnis Kerajinan Tangan Keluarga



Gambar 1.3 Alasan tidak ingin melanjutkan bisnis kerajinan tangan keluarga

Dari gambar 1.3 di atas, terlihat bahwa mayoritas (43%) tidak ingin melanjutkan bisnis kerajinan tangan keluarga karena adanya Covid-19. Sementara 27% ingin membuka bisnis lain, 17% pelayanan kepada konsumen yang masih belum terdigitalisasi, dan hanya 13% sistem kerja dan infrastruktur yang masih manual. Fenomena ini menarik peneliti untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi UMKM bisnis keluarga kerajinan tangan (Rotan) di Jawa Barat.

Beberapa riset gap dalam penelitian keunggulan bersaing UMKM bisnis keluarga adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3
Research Gap Terhadap Keunggulan Bersaing

No	Variabel	Peneliti	Hasil
1.	Promosi	Helena Sitorus (2015)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.
		Agni Rizkita Amanda (2019)	Promosi tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dengan nilai koefisien jalur 0,167
2.	Market orientation	Tulus Haryono dan Sabar Marniyati (2017)	Orientasi pasar secara tidak langsung berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap persaingan usaha CV Multi Global Agrindo
		Sukron (2016)	Orientasi pasar secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pelaku UMKM desa Wedoro Sidoarjo
		Helena Sitorus (2015)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.
		Frenky Andiyanto Miyasto, Syuhada Sufian (2017)	Orientasi pasar berpengaruh signifikan positif terhadap keunggulan bersaing
3.	Inovasi produk	Tulus Haryono dan Sabar Marniyati (2017)	Inovasi produk secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap persaingan usaha CV Multi Global Agrindo
		Sukron (2016)	Inovasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan bersaing pada pelaku UMKM desa Wedoro Sidoarjo

Berdasarkan fenomena dan *research gap* di atas, maka penelitian ini akan meneliti lebih lanjut terkait permasalahan dengan judul “Pengaruh *support and challenges, motivation factor, economical factor*, dan *promotion factor* pada UMKM *family business* kerajinan tangan di Jawa Barat.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan menjadi beberapa poin. Berikut perumusan masalah dalam penelitian ini:

- 1) Apakah ada pengaruh positif *support and challenges* terhadap *family business*?
- 2) Apakah ada pengaruh positif *Promotional Factor* terhadap *family business*?
- 3) Apakah ada pengaruh positif *Motivational Factor* terhadap *family business*?
- 4) Apakah ada pengaruh positif *Economical Factor* terhadap *family business*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan. Berikut tujuan dari penelitian ini:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh positif antara *support and challenges* terhadap *family business*.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh positif *Promotional Factor* terhadap *family business*.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh positif *Motivational Factor* terhadap *family business*.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh positif *Economical Factor* terhadap *family business*.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu:

- 1) Manfaat teoritis, yaitu diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi teori bagi pemahaman-pemahaman mengenai variabel yang bersangkutan seperti pengaruh *support and challenges*, *promotional factor*, *motivational factor*, dan *economical factor*. Di mana teori dapat mengasah kemampuan untuk menganalisis dan tentunya menambah pengetahuan. Di samping itu, diharapkan juga dapat mendukung kebenaran teori yang telah ada sebelumnya dan juga dapat digunakan sebagai pengembangan teori di masa yang akan datang pada penelitian selanjutnya.
- 2) Manfaat Praktis, selain memberikan manfaat teoritis, diharapkan penelitian juga memberikan manfaat praktis bagi perusahaan yang memiliki status *family business*. Diharapkan penelitian ini berkontribusi untuk memberikan masukan mengenai pentingnya dari *support and challenges*, *promotional factor*, *motivational factor*, dan *economical factor* terhadap *business involvement*.

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar tidak terlalu jauh dalam pembahasan penelitian ini, maka perlu adanya pembatasan masalah sehingga bahasan menjadi terfokus dan lebih mendalam. Penelitian ini dibatasi oleh empat variabel, dimana variabel yang difokuskan adalah *support and challenges*, *promotional factor*, *motivational factor*, dan *economical*

factor terhadap *family business*. Untuk ruang lingkup pembahasan sendiri kami ambil adalah pegiat usaha di daerah Jawa Barat.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami isi penelitian maka disajikan gambaran secara garis besar mengenai sistematika penulisannya. Berikut sistematika penulisan dari penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah dalam penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan, dan sistematika penulisan penelitian ini,

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori-teori yang digunakan sebagai landasan dalam penyusunan penelitian, termasuk penjelasan dari masing-masing variabel dan ketertarikan antar tiap variabelnya. Serta menjelaskan mengenai model yang dibangun dari ketertarikan antar variabel dan menjabarkan penelitian terdahulu yang membantu dalam memperkaya teori.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam mengumpulkan dan mengolah data. Di dalamnya terdapat penelitian, desain yang digunakan, objek dan subjek penelitian, unit analisis, operasional variabel, dan definisi variabel tersebut baik secara konseptual maupun operasional. Kemudian dilanjutkan dengan skala pengukuran, metode dan etika pengumpulan data, teknik pembuatan kuesioner, penentuan sampel dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjabarkan hasil pengolahan data dan analisisnya yang diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebarkan/dibagikan sebelumnya. Kemudian dilakukan uji statistik terhadap variabel-variabel yang bersangkutan dan dijelaskan pembahasannya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dari penelitian, implikasi teoritis, implikasi manajerial, keterbatasan, dan saran yang dapat berguna untuk penelitian selanjutnya agar memperbaiki kesalahan dalam penelitian yang akan dilakukan di kemudian hari

