

Pengaruh Karakteristik Bisnis Keluarga Terhadap Resiliensi Bisnis Dengan *Family Relationship* Sebagai Variabel Mediasi

Wahyu Ning Yuliani¹, Keumala Hayati²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung, Indonesia¹⁻²

Email Korespondensi: keumala.hayati@feb.unila.ac.id

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Februari 2026, Article published: 01 Maret 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of family business characteristics on business resilience in family-based MSMEs in Bandar Lampung City, and to examine the role of family relationships as a mediating variable. This study used a quantitative, survey-based approach. Data were collected by distributing questionnaires to 100 family MSMEs selected through purposive sampling. Data analysis was performed using Partial Least Squares–Structural Equation Modelling (PLS-SEM) in SmartPLS 4. The study's results indicate that family business characteristics have a positive and significant effect on business resilience. Furthermore, family business characteristics have been shown to have a positive and significant effect on family relationships. Furthermore, family relationships have a positive and significant effect on business resilience. However, the results of the indirect effect test indicate that family relationships do not mediate the relationship between family business characteristics and business resilience. It indicates that family business characteristics more directly influence the resilience of family MSMEs in Bandar Lampung City than family relationships. The findings of this study provide practical implications for family MSMEs to further strengthen the internal characteristics of the business, such as family involvement, long-term orientation, and family values, as a key strategy in increasing business resilience. Furthermore, this study contributes to the theoretical literature on family businesses, particularly regarding the role of family relationships in MSMEs in developing countries.

Keywords: Family Business Characteristics, Business Resilience, Family Relations

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis pada UMKM berbasis keluarga di Kota Bandar Lampung, serta menguji peran family relationship sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 pelaku UMKM keluarga yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik bisnis keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi bisnis. Selain itu, karakteristik bisnis keluarga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap family relationship. Selanjutnya, family relationship memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi bisnis. Namun demikian, hasil pengujian efek tidak langsung menunjukkan bahwa family relationship tidak berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara karakteristik bisnis keluarga dan

resiliensi bisnis. Hal ini mengindikasikan bahwa resiliensi UMKM keluarga di Kota Bandar Lampung lebih dipengaruhi secara langsung oleh kekuatan karakteristik bisnis keluarga dibandingkan oleh family relationship. Temuan penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku UMKM keluarga agar lebih memperkuat karakteristik internal usaha, seperti keterlibatan keluarga, orientasi jangka panjang, dan nilai-nilai keluarga, sebagai strategi utama dalam meningkatkan resiliensi bisnis. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi secara teoritis dalam memperkaya kajian bisnis keluarga, khususnya terkait peran family relationship dalam konteks UMKM di negara berkembang.

Kata Kunci: Karakteristik Bisnis Keluarga, Resiliensi Bisnis, dan Family Relationship

PENDAHULUAN

Bisnis keluarga memiliki karakteristik khas seperti kepemilikan yang terpusat pada keluarga, orientasi jangka panjang, keterlibatan emosional, serta nilai-nilai warisan antar generasi (Pont & Simon, 2024). Melalui perspektif *Socioemotional Wealth* (SEW), keluarga pemilik usaha cenderung mempertahankan identitas, reputasi, dan harmoni internal, bahkan melebihi kepentingan finansial jangka pendek (Gómez-Mejía et al., 2007). Karakteristik tersebut diyakini dapat menjadi keunggulan kompetitif karena fleksibilitas, kepercayaan internal, dan kohesi sosial yang tinggi (Tien, 2021). Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa tidak semua bisnis keluarga mampu mencapai resiliensi yang kuat, sehingga karakteristik internal saja belum cukup menjelaskan ketahanan bisnis secara menyeluruh (Calabrò et al., 2021).

Bisnis keluarga merupakan bentuk usaha yang paling dominan di berbagai negara, termasuk Indonesia, dan menjadi tulang punggung perekonomian daerah. Sebagian besar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia dikelola dan dimiliki oleh keluarga, dengan keterlibatan langsung anggota keluarga dalam pengambilan keputusan strategis maupun operasional. Karakteristik utama usaha keluarga terletak pada kepemilikan yang terpusat pada keluarga, orientasi jangka panjang, keterlibatan emosional, serta nilai-nilai keluarga yang diwariskan lintas generasi (Pont & Simon, 2024). Karakteristik ini membedakan usaha keluarga dari usaha non-keluarga dan membentuk pola pengelolaan bisnis yang unik.

Dalam teori *Socioemotional Wealth* (SEW), pemilik usaha keluarga tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga pada pemeliharaan identitas keluarga, reputasi, keharmonisan internal, dan keberlanjutan usaha lintas generasi (Gómez-Mejía et al., 2007). Nilai-nilai non-ekonomi tersebut sering kali menjadi dasar dalam pengambilan keputusan bisnis, khususnya ketika usaha menghadapi situasi krisis dan ketidakpastian. Oleh karena itu, karakteristik bisnis keluarga diyakini memiliki potensi besar dalam membentuk ketahanan dan keberlanjutan usaha.

Resiliensi bisnis menjadi isu penting dalam beberapa tahun terakhir seiring meningkatnya ketidakpastian lingkungan usaha, seperti dampak pandemi COVID-19, perubahan teknologi, dan fluktuasi ekonomi global. Resiliensi bisnis merujuk pada kemampuan usaha untuk bertahan, beradaptasi, dan pulih dari gangguan serta mampu melanjutkan operasional secara berkelanjutan (saad et al., 2021). Bagi UMKM keluarga, resiliensi tidak hanya ditentukan oleh sumber daya ekonomi dan

strategi bisnis, tetapi juga oleh kekuatan internal keluarga yang terlibat dalam usaha tersebut. Fleksibilitas, loyalitas, serta komitmen jangka panjang yang dimiliki usaha keluarga sering kali menjadi modal utama dalam menghadapi tekanan eksternal (Calabrò et al., 2021).

Namun demikian, tidak semua usaha keluarga mampu menunjukkan tingkat resiliensi yang tinggi. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa meskipun memiliki karakteristik khas, usaha keluarga tetap rentan terhadap konflik internal, keterbatasan profesionalisme, dan lemahnya struktur pengelolaan, yang pada akhirnya dapat melemahkan ketahanan bisnis (Calabrò et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik bisnis keluarga saja belum tentu cukup untuk menjelaskan resiliensi bisnis secara menyeluruh, sehingga diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai mekanisme internal yang mempengaruhi hubungan tersebut.

Salah satu mekanisme internal yang dinilai berperan penting adalah *family relationship* atau kualitas hubungan antaranggota keluarga yang terlibat dalam usaha. *Family relationship* mencerminkan tingkat komunikasi, kepercayaan, dukungan emosional, dan kerja sama antaranggota keluarga dalam menjalankan bisnis. *Family relationship* yang harmonis dapat memperkuat koordinasi, mempercepat pengambilan keputusan, dan mengurangi konflik internal, sehingga mendukung kemampuan usaha untuk beradaptasi dan bertahan dalam situasi krisis (Pont & Simon, 2024). Sebaliknya, hubungan keluarga yang disfungsional justru dapat menjadi sumber masalah internal yang menghambat kinerja dan resiliensi usaha.

Meskipun berbagai studi telah meneliti pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis, hasil penelitian masih menunjukkan ketidakkonsistenan, terutama terkait peran *family relationship* sebagai mekanisme penjelas. Beberapa penelitian menemukan bahwa *family relationship* memperkuat resiliensi bisnis, sementara penelitian lain menunjukkan bahwa *family relationship* tidak selalu berfungsi sebagai faktor strategis apabila tidak didukung oleh pembagian peran yang jelas dan profesionalisme pengelolaan usaha (Calabrò et al., 2021; saad et al., 2021). Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan pada perusahaan keluarga berskala besar atau di negara maju, sehingga kajian mengenai UMKM keluarga di Indonesia masih relatif terbatas.

Kota Bandar Lampung merupakan salah satu wilayah dengan dominasi UMKM keluarga dan menghadapi tantangan besar pasca pandemi serta perubahan ekonomi. Kondisi ini menjadikan UMKM keluarga di Bandar Lampung sebagai konteks yang relevan untuk mengkaji resiliensi bisnis dan faktor-faktor internal yang mempengaruhinya. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kesenjangan teoritis dan empiris terkait peran karakteristik bisnis keluarga dan *family relationship* dalam membentuk resiliensi UMKM keluarga di konteks lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis, pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap *family relationship*, serta pengaruh *family relationship* terhadap resiliensi bisnis. Selain itu, penelitian ini juga menguji peran

family relationship sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara karakteristik bisnis keluarga dan resiliensi bisnis.

Pada pengembangan hipotesis Penelitian ini menguji hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel melalui pengujian hipotesis. Karakteristik bisnis keluarga merupakan ciri khas yang membedakan bisnis keluarga dengan bisnis non-keluarga, yang meliputi kepemilikan dan kontrol keluarga, keterlibatan anggota keluarga dalam pengelolaan, nilai-nilai keluarga, serta orientasi jangka panjang. Dalam perspektif *Socioemotional Wealth* (SEW), pemilik bisnis keluarga tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada tujuan non-ekonomi seperti menjaga identitas, reputasi, dan keberlanjutan usaha lintas generasi (Gómez-Mejía et al., 2007). Orientasi tersebut mendorong pemilik untuk mempertahankan bisnis dalam berbagai kondisi, termasuk saat menghadapi tekanan dan krisis. Penelitian Calabrò et al. (2021) dan Yilmaz et al. (2024) menunjukkan bahwa karakteristik bisnis keluarga berperan penting dalam meningkatkan kemampuan usaha untuk bertahan, beradaptasi, dan pulih dari gangguan lingkungan bisnis sehingga hipotesis pertama dirumuskan:

H1: Karakteristik bisnis keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi bisnis

Karakteristik bisnis keluarga juga mempengaruhi kualitas *family relationship* yang terlibat dalam usaha. Menurut Teori Sistem Keluarga Bowen (1978), keluarga merupakan satu kesatuan emosional, di mana setiap anggota saling memengaruhi dalam komunikasi, interaksi, dan pengambilan keputusan. Keterlibatan bersama dalam pengelolaan usaha meningkatkan intensitas interaksi antar anggota keluarga, sehingga berpotensi memperkuat komunikasi, kepercayaan, dan kohesi emosional. Penelitian Pont dan Simon (2024)) serta Tien (2021) menunjukkan bahwa nilai-nilai keluarga, kepemilikan bersama, dan orientasi lintas generasi dalam bisnis keluarga berkontribusi terhadap terciptanya *family relationship* yang lebih harmonis dan solid. Sehingga dapat hipotesis keempat dirumuskan sebagai berikut:

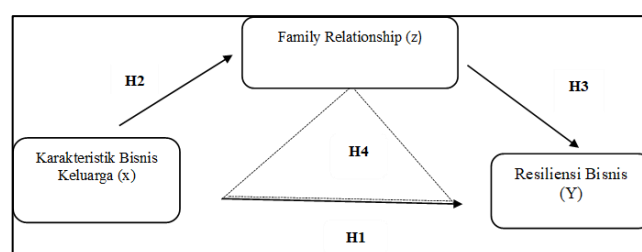
H2: Karakteristik bisnis keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *family relationship*.

Family relationship yang harmonis menjadi modal sosial internal yang penting bagi bisnis keluarga. *Family relationship* yang ditandai dengan komunikasi terbuka, rasa saling percaya, dan dukungan emosional memungkinkan koordinasi yang lebih baik, pengambilan keputusan yang lebih cepat, serta penyelesaian konflik yang lebih konstruktif. Dalam kerangka *Organizational Resilience Theory*, kualitas hubungan internal menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kemampuan organisasi untuk bertahan dan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan (Bachtiar & Ramli, 2023). Penelitian (Yilmaz et al., 2024) juga menemukan bahwa *family relationship* yang kuat berkontribusi positif terhadap ketahanan dan keberlanjutan bisnis keluarga. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis ketiga: H3: *Family relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi bisnis.

Dari perspektif *Resource-Based View* (RBV), hubungan keluarga merupakan aset tidak berwujud yang bernilai, unik, dan sulit ditiru oleh pesaing (Habbershon

& Williams, 1999). Oleh karena itu, *family relationship* berpotensi menjadi mekanisme yang menjembatani pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis. Karakteristik bisnis keluarga yang kuat diyakini mampu membentuk *family relationship* yang harmonis, yang selanjutnya memperkuat kemampuan usaha dalam menghadapi tekanan dan ketidakpastian. Namun, penelitian Calabrò et al. (2021) menunjukkan bahwa *family relationship* tidak selalu berfungsi efektif sebagai mediator apabila tidak disertai profesionalisme dan pembagian peran yang jelas. Oleh karena itu, peran *family relationship* sebagai variabel mediasi perlu diuji secara empiris dalam konteks UMKM berbasis bisnis keluarga.

H4: *Family relationship* memediasi pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang berlandaskan pada filsafat positivisme (Sugiyono, 2018). Pendekatan ini menekankan pengukuran secara objektif dan terstruktur untuk menguji hipotesis melalui analisis statistik. Populasi penelitian adalah pemilik UMKM keluarga di Kota Bandar Lampung, sedangkan sampel ditentukan menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden meliputi: (1) UMKM dimiliki dan dikelola oleh anggota keluarga, (2) Terdapat minimal dua anggota keluarga yang terlibat aktif dalam kegiatan manajerial maupun operasional usaha, (3) Responden merupakan pemilik atau anggota keluarga yang terlibat langsung dalam pengambilan keputusan bisnis, dan (4) Jenis usaha bergerak dalam sektor perdagangan, kuliner, dan jasa karena sektor tersebut mendominasi aktivitas UMKM keluarga di Bandar Lampung. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 100 responden. Data yang digunakan berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari *kuesioner online* dan Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala *Likert* lima poin, (1= Sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju).

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner terstandar untuk mengukur seluruh variabel penelitian. Variabel independen yaitu karakteristik bisnis keluarga (X) diukur menggunakan 16 item pernyataan yang mengacu pada konsep karakteristik bisnis keluarga dari Smyrnios et al., (1998). Variabel mediasi *family relationship* (Z) diukur menggunakan 16 item pernyataan yang diadaptasi dari

Ching thing fok et al. (2011). Selanjutnya, variabel dependen resiliensi bisnis (Y) diukur menggunakan 4 item pernyataan yang mengacu pada konsep resiliensi bisnis dari Lestari et al. (2024).

Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4. Analisis dilakukan melalui dua tahap, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*) (Hair et al., 2021). Uji validitas meliputi validitas konvergen melalui nilai *outer loading* ($>0,70$) dan AVE ($>0,50$), serta validitas diskriminan melalui kriteria *Fornell-Larcker* dan *cross loading*. Uji reliabilitas dinilai dari nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$ dan *Composite Reliability* $\geq 0,70$, yang menunjukkan bahwa instrumen telah konsisten dan layak digunakan.

Setelah model pengukuran memenuhi syarat, dilakukan pengujian model struktural melalui nilai R^2 , *path coefficient*, dan *t-statistic* hasil *bootstrapping*. Hipotesis dinyatakan diterima apabila *t-statistic* $> 1,96$ pada $\alpha = 0,05$ (Ghozali & Kusumadewi, 2023). Selain pengaruh langsung, penelitian juga menguji pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) untuk melihat peran mediasi *Family Relationship*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner disebar melalui Google Formulir *online* dan dibagikan melalui kelompok bisnis keluarga di platform sosial media seperti WhatsApp, Tweeter, dan Instagram, serta melalui distribusi langsung ke bisnis keluarga UMKM di Bandar Lampung. Pengambilan sampel dilakukan pada tanggal 9 Oktober 2025 hingga tanggal 27 oktober 2025 dengan jumlah 100 responden. Semua sampel yang dikumpulkan memenuhi syarat untuk dianalisis karena memenuhi kriteria yang disyaratkan. Selanjutnya, sampel yang terkumpul dianalisis menggunakan SmartPLS 4.0 untuk menilai *outer model*, *inner model* dan uji hipotesis.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas konvergen menunjukkan bahwa seluruh indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai *standardized loading factor* (SLF) di atas 0,60, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada variabel karakteristik bisnis keluarga sebesar 0,543, resiliensi bisnis sebesar 0,752, dan *family relationship* sebesar 0,669, yang seluruhnya telah melampaui batas minimum 0,50. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk mampu menjelaskan varians indikatornya secara memadai.

Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* (CA) pada seluruh variabel berada di atas 0,60, yaitu sebesar 0,833 untuk karakteristik bisnis keluarga, 0,889 untuk resiliensi bisnis, dan 0,938 untuk *family relationship*. Nilai *Composite Reliability* (CR) juga menunjukkan hasil yang sangat baik, dengan seluruh variabel memiliki nilai di atas 0,70, yaitu masing-masing sebesar 0,877, 0,923, dan 0,948. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel, serta layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Validitas Konvergen		Reliabilitas Komposit	
		SLF>0,6	AVE>0,5	CA>0,6	CR>0,7
Karakteristik Bisnis Keluarga	KBK6	0,721	0,543	0,833	0,877
	KBK7	0,728			
	KBK10	0,718			
	KBK11	0,766			
	KBK12	0,777			
	KBK16	0,710			
Resiliensi Bisnis	RBS1	0,887	0,752	0,889	0,923
	RBS2	0,790			
	RBS3	0,910			
	RBS4	0,876			
Family Relationship	FRP1	0,763	0,669	0,938	0,948
	FRP2	0,819			
	FRP3	0,829			
	FRP4	0,889			
	FRP5	0,860			
	FRP6	0,828			
	FRP7	0,825			
	FRP8	0,758			
	FRP10	0,781			

Uji Hipotesis

Untuk melihat pengaruh antar variabel secara empiris, hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel 2. Hasil uji hipotesis yang memenuhi nilai *Path coefficient*, *t-statistic*, dan *p-value*.

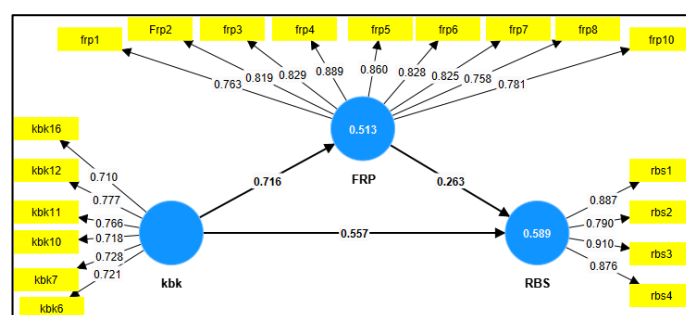
Tabel 2 Uji Hipotesis

	Hipotesis	Original Sample	T Statistik	Nilai P (Probabilitas)	Kategori
H1	KBK - RBS	0.745	11.948	0,000	Didukung
H2	KBK -FRP	0,716	10.173	0,000	Didukung
H3	FRP- RBS	0,263	2.020	0,043	Didukung
H4	FRP - KBK – RBS	0,188	1,765	0,078	Tidak Didukung

Berdasarkan hasil pengujian data pada tabel di atas, terdapat 4 hipotesis, Didukung dengan tiga hipotesis terdukung dan satu hipotesis tidak terdukung. Berikut adalah hasil pengujian hipotesis untuk setiap konstruk:

1. Karakteristik Bisnis Keluarga terhadap Resiliensi Bisnis memiliki t-statistik dengan nilai 11.948 dan nilai P 0,000. Karena t-statistik $<1,96$ ($11.948 > 1,96$) dan nilai $P < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa Karakteristik Bisnis Keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Resiliensi Bisnis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H1 didukung.
2. Karakteristik Bisnis Keluarga terhadap *Family Relationship* memiliki t-statistik dengan nilai 10.173 dan nilai P 0,000. Karena t-statistik $<1,96$ ($10.173 > 1,96$) dan nilai $P < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa Karakteristik Bisnis Keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Family Relationship*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H2 didukung.
3. *Family Relationship* terhadap Resiliensi Bisnis memiliki t-statistik dengan nilai 2.020 dan nilai P 0,043. Karena t-statistik $<1,96$ ($2.020 > 1,96$) dan nilai $P < 0,05$ ($0,043 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa *Family Relationship* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Resiliensi Bisnis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H3 didukung.
4. *Family Relationship* terhadap Karakteristik Bisnis Keluarga dan Resiliensi Bisnis memiliki t-statistik dengan nilai 1,765 dan nilai P 0,078. Karena t-statistik $<1,96$ ($1,765 < 1,96$) dan nilai $P > 0,05$ ($0,078 > 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa *Family Relationship* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap karakteristik Bisnis keluarga dan Resiliensi Bisnis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H4 tidak didukung.

Visualisasi hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2. Diagram Jalur Model Penelitian, yang menggambarkan arah dan kekuatan pengaruh antar variabel dalam model struktural. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa karakteristik bisnis keluarga berperan penting atau berpengaruh terhadap resiliensi bisnis dan *family relationship*. Namun *Family relationship* sendiri belum berperan atau berpengaruh terhadap resiliensi bisnis, yang berarti hubungan antar anggota keluarga tidak ada keberlangsungan atau hubungan dengan ketahanan bisnis yang dijalankan oleh usaha keluarga.



Gambar 2: Diagram Jalur Model Penelitian

Hasil dari penelitian ini telah menjelaskan uji hipotesis pada setiap variabel dalam penelitian, dengan demikian berdasarkan dari uji hipotesis diatas dapat diambil sebuah pembahasan antara lain:

Pengaruh Karakteristik Bisnis Keluarga Terhadap Resiliensi Bisnis

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, ditemukan bahwa karakteristik bisnis keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi bisnis UMKM berbasis bisnis keluarga di Kota Bandar Lampung. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin kuat ciri-ciri yang melekat pada sebuah bisnis keluarga seperti keterlibatan generasi, kontrol kepemilikan, orientasi jangka panjang, dan nilai-nilai keluarga maka semakin tinggi pula kemampuan usaha tersebut untuk bertahan, beradaptasi, dan pulih dari tekanan bisnis.

Temuan penelitian ini konsisten dengan *Teori Socioemotional Wealth (SEW)* yang menegaskan bahwa perusahaan keluarga tidak hanya mengejar keluarga, komitmen jangka panjang, keberadaan generasi penerus, dan kepercayaan internal dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing (Habbershon & Williams, 1999). Dengan demikian, karakteristik bisnis keluarga bukan hanya ciri organisasi, tetapi juga aset strategis yang meningkatkan ketahanan usaha di tengah kondisi yang tidak stabil.

Sejumlah penelitian terdahulu turut mendukung hasil ini. Penelitian (Yilmaz et al., 2024). Menunjukkan bahwa resiliensi bisnis keluarga dibangun atas dasar nilai keluarga, orientasi jangka panjang, dan modal sosial yang kuat. Begitu pula penelitian Calabrò et al. (2021)) yang menemukan bahwa bisnis keluarga cenderung memiliki ketahanan lebih tinggi dalam masa krisis karena adanya ikatan emosional dan strategi lintas generasi. Bachtiar dan Ramli (2023) juga menegaskan bahwa resiliensi dapat menjadi strategi dasar untuk mencapai keberlanjutan, terutama pada usaha yang dikelola dengan semangat kebersamaan seperti UMKM keluarga.

Dengan mempertimbangkan seluruh temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa karakteristik bisnis keluarga memainkan peranan penting dalam membangun resiliensi bisnis. Nilai-nilai keluarga, kepemilikan bersama, serta orientasi jangka panjang terbukti mampu memperkuat kemampuan UMKM keluarga untuk menghadapi tantangan, menyesuaikan strategi, serta mempertahankan kelangsungan usaha dalam situasi yang dinamis dan penuh ketidakpastian.

Pengaruh Karakteristik Bisnis Keluarga Terhadap Family Relationship

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *family relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi bisnis pada UMKM berbasis bisnis keluarga di Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan keluarga yang harmonis, yang tercermin melalui komunikasi yang efektif, kepercayaan, kohesi emosional, dan dukungan antar anggota keluarga, mampu meningkatkan kemampuan usaha untuk bertahan, beradaptasi, dan pulih dari berbagai tekanan atau krisis.

Temuan ini sejalan dengan Teori Sistem Keluarga Bowen (1978) yang memandang keluarga sebagai satu sistem emosional terpadu, di mana kualitas

hubungan antar anggota keluarga mempengaruhi stabilitas dan efektivitas penyelesaian masalah. Dalam konteks bisnis keluarga, hubungan yang baik mendorong koordinasi yang lebih kuat, pengambilan keputusan yang lebih cepat, serta penyelesaian konflik yang lebih konstruktif. Selain itu, konsep *Socioemotional Wealth* (SEW) (Gómez-Mejía et al., 2007) menjelaskan bahwa nilai-nilai non-ekonomi seperti keharmonisan, loyalitas, dan identitas keluarga menjadi modal sosial yang memperkuat komitmen keluarga dalam menjaga keberlanjutan usaha.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh *Organizational Resilience Theory* dan *Resource-Based View* (RBV) yang menekankan pentingnya modal sosial internal sebagai aset tidak berwujud yang bernilai dan sulit ditiru (Bachtiar & Ramli, 2023; Habbershon & Williams, 1999). Temuan ini konsisten dengan penelitian Bachtiar dan Ramli (2023), Yilmaz et al. (2024), serta Pont dan Simon (2024) yang menunjukkan bahwa *family relationship* yang kuat meningkatkan koordinasi, kerja sama, dan daya adaptasi bisnis keluarga. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *family relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi bisnis dinyatakan diterima.

Pengaruh Family Relationship terhadap Resiliensi Bisnis

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *family relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi bisnis pada UMKM berbasis bisnis keluarga di Bandar Lampung. Hal ini mengindikasikan bahwa hubungan keluarga yang harmonis, yang ditandai dengan komunikasi yang efektif, kepercayaan, kohesi emosional, serta dukungan antar anggota keluarga, berperan penting dalam meningkatkan kemampuan usaha untuk bertahan, beradaptasi, dan pulih dari tekanan maupun krisis yang dihadapi.

Temuan ini mendukung Teori Sistem Keluarga Bowen (1978) yang memandang keluarga sebagai satu sistem emosional terpadu, di mana kualitas interaksi antar anggota keluarga mempengaruhi stabilitas dan kemampuan kolektif dalam menyelesaikan masalah. Dalam konteks bisnis keluarga, *family relationship* yang baik menciptakan koordinasi yang lebih kuat, mempercepat pengambilan keputusan, serta membantu penyelesaian konflik secara lebih konstruktif. Kondisi tersebut memungkinkan bisnis keluarga untuk merespons perubahan lingkungan usaha dengan lebih fleksibel, sehingga meningkatkan resiliensi bisnis.

Selain itu, konsep *Socioemotional Wealth* (SEW) (Gómez-Mejía et al., 2007) menjelaskan bahwa bisnis keluarga tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga pada pemeliharaan nilai-nilai non-ekonomi seperti keharmonisan, identitas keluarga, loyalitas, dan kepercayaan. Ketika hubungan keluarga kuat, anggota keluarga memiliki motivasi yang lebih tinggi untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dan menghadapi tantangan secara bersama-sama. Nilai-nilai emosional ini berfungsi sebagai modal sosial yang memperkuat komitmen dan ketahanan usaha.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Bachtiar dan Ramli (2023) yang menyatakan bahwa hubungan internal yang kuat meningkatkan daya adaptasi dan kemampuan bertahan organisasi, khususnya pada bisnis keluarga. Penelitian Yilmaz et al. (2024) dan Pont dan Simon (2024) juga menunjukkan bahwa kohesi

dan solidaritas keluarga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan modal sosial internal dan resiliensi bisnis keluarga. Dalam konteks UMKM keluarga di Bandar Lampung, hubungan keluarga yang harmonis memungkinkan anggota keluarga saling mendukung, berbagi peran, dan bekerja sama dalam menghadapi tekanan usaha, sehingga menjaga stabilitas dan keberlangsungan bisnis.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa *family relationship* merupakan faktor internal yang berperan langsung dalam memperkuat resiliensi bisnis UMKM keluarga. Melalui komunikasi yang baik, kohesi emosional, kepercayaan, dan solidaritas, keluarga mampu menciptakan lingkungan internal yang mendukung ketahanan usaha. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *family relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi bisnis dinyatakan diterima secara empiris.

Pengaruh Family Relationship antara karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa *family relationship* tidak berpengaruh positif dan signifikan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara karakteristik bisnis keluarga dan resiliensi bisnis pada UMKM berbasis bisnis keluarga di Bandar Lampung. Dengan demikian, pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis terjadi secara langsung tanpa melalui mekanisme *family relationship*. Temuan ini tidak mendukung hipotesis yang mengharapkan *family relationship* berperan sebagai jembatan dalam memperkuat ketahanan usaha.

Hasil ini tidak sepenuhnya sejalan dengan teori *Socioemotional Wealth* (SEW) (Gómez-Mejía et al., 2007) yang menekankan pentingnya nilai-nilai emosional seperti kohesi, identitas, dan loyalitas keluarga dalam menjaga keberlangsungan bisnis. Namun, dalam konteks UMKM keluarga, nilai-nilai emosional tersebut belum mampu diterjemahkan secara efektif menjadi mekanisme nyata yang meningkatkan kemampuan adaptasi dan ketangguhan usaha. *Family relationship* yang bersifat informal dan emosional, tanpa didukung struktur dan profesionalisme yang memadai, berpotensi menghambat pengambilan keputusan bisnis yang objektif dan responsif.

Temuan ini sejalan dengan Calabrò et al. (2021) yang menyatakan bahwa *family relationship* tidak selalu berdampak langsung terhadap kinerja atau resiliensi bisnis apabila tidak dikelola secara profesional. Dari perspektif *Family System Theory* dan *Resource-Based View* (RBV), hubungan keluarga memang berpotensi menjadi aset tidak berwujud, namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal sebagai sumber daya strategis. Hasil ini juga konsisten dengan temuan Tien (2021) serta Bagus dan Wardana (2022) yang menegaskan bahwa hubungan keluarga saja belum cukup untuk memperkuat ketahanan usaha tanpa sistem kerja dan pengelolaan konflik yang jelas.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa hipotesis keempat ditolak, dan resiliensi bisnis UMKM keluarga di Bandar Lampung lebih dipengaruhi oleh karakteristik bisnis keluarga secara langsung dibandingkan oleh hubungan emosional antar anggota keluarga.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik bisnis keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi bisnis UMKM berbasis bisnis keluarga di Bandar Lampung, sehingga hipotesis pertama dinyatakan diterima. Selain itu, karakteristik bisnis keluarga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap, yang menguatkan hipotesis kedua. Hasil pengujian selanjutnya menunjukkan bahwa *family relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi bisnis, , sehingga hipotesis ketiga juga diterima. Namun demikian, *family relationship* tidak terbukti berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara karakteristik bisnis keluarga dan resiliensi bisnis. Dengan demikian, pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis lebih bersifat langsung, dan hipotesis keempat dinyatakan ditolak.

Berdasarkan temuan penelitian, pemilik UMKM berbasis bisnis keluarga disarankan untuk terus memperkuat karakteristik internal usaha melalui pembagian peran yang jelas, peningkatan profesionalisme, dan pelatihan bagi anggota keluarga agar pengelolaan usaha lebih efektif dan terstruktur. Nilai-nilai keluarga seperti kepercayaan, komitmen, dan orientasi jangka panjang perlu dijaga karena terbukti berperan dalam meningkatkan ketahanan usaha. Meskipun *family relationship* tidak terbukti sebagai variabel mediasi, kualitas hubungan keluarga tetap penting untuk dipelihara melalui komunikasi yang terbuka, pengelolaan konflik yang sehat, serta penciptaan lingkungan kerja yang harmonis agar tidak menghambat kinerja usaha. Selain itu, pelaku usaha disarankan untuk meningkatkan resiliensi bisnis dengan memperkuat kemampuan adaptasi dan inovasi, memperbaiki pengelolaan keuangan, memperluas jaringan usaha, memanfaatkan teknologi digital, serta melakukan pengembangan produk atau layanan agar usaha tetap berdaya saing dan siap menghadapi krisis di masa mendatang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Keumala Hayati., S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, waktu, bimbingan dan masukan selama proses penelitian hingga penyusunan artikel ini. Penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih kepada teman-teman seperjuangan yang telah menemani dan memberikan dukungan selama proses penelitian.

Apresiasi juga diberikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penelitian untuk UMKM di Bandar Lampung dan kerjasamanya dalam pengisian kuesioner. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum atas kesempatan untuk mempublikasikan hasil penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Bachtiar, N. K., & Ramli, N. H. (2023). *Resilience as Bottom-Line Strategy Towards Business Sustainability: a Review*. 52–59. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-49-7_10
- Bagus, N., & Wardana, W. (2022). *The influence of family involvement in family business*

on firm's entrepreneurial orientation and family business performance: case study in indonesian transportation industry.

- Calabrò, A., Frank, H., Minichilli, A., & Suess-Reyes, J. (2021). Business families in times of crises: The backbone of family firm resilience and continuity. *Journal of Family Business Strategy*, 12(2), 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2021.100442>
- Ching thing fok, C., Allen, J., & Team, P. A. (2011). The Brief Family Relationship Scale: A Brief Measure of the Relationship Dimension in Family Functioning. *International Journal of Forensic Mental Health*, 21(1). <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1073191111425856>
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris edisi 2*. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Gómez-Mejía, L. R., Haynes, K. T., Núñez-Nickel, M., Jacobson, K. J. L., & Moyano-Fuentes, J. (2007). Socioemotional wealth and business risks in family-controlled firms: Evidence from Spanish olive oil mills. *Administrative Science Quarterly*, 52(1), 106–137. <https://doi.org/10.2189/asqu.52.1.106>
- Habbershon, T. G., & Williams, M. L. (1999). A resource-based framework for assessing the strategic advantages of family firms. *Family Business Review*, 12(1), 1–25. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1999.00001.x>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Mediation Analysis*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_7
- Lestari, E. D., Abd Hamid, N., Shamsuddin, R., Kurniasari, F., & Yaacob, Z. (2024). Investigating the factors of SMEs' business resilience in the post-pandemic crisis of COVID-19 with technology adoption as a quasi-moderator: a multigroup analysis of Indonesian and Malaysian SMEs. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2301135>
- Pont, A., & Simon, A. (2024). Nurturing family business resilience through strategic supply chain management. *Journal of Family Business Management*, 15(1), 68–101. <https://doi.org/10.1108/JFBM-11-2023-0272>
- saad, M. H., Hagelaar, G., van der Velde, G., & Omta, S. W. F. (2021). Conceptualization of SMEs' business resilience: A systematic literature review. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1938347>
- Smyrnios, K., Tanewski, G., & Romano, C. (1998). Development of a measure of the characteristics of family business. *Family Business Review*, 11(1), 49–60. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1998.00049.x>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Tien, N. H. (2021). Vietnamese family business in Vietnam and in Poland: Comparative analysis of trends and characteristics. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 42(3), 282–299. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2021.113202>
- Yilmaz, Y., Raetze, S., Groote, J. de, & Kammerlander, N. (2024). Resilience in Family Businesses: A Systematic Literature Review. *Family Business Review*, 37(1), 60–88. <https://doi.org/10.1177/08944865231223372>

-
- Bachtiar, N. K., & Ramli, N. H. (2023). *Resilience as Bottom-Line Strategy Towards Business Sustainability: a Review*. 52–59. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-49-7_10
- Bagus, N., & Wardana, W. (2022). *The influence of family involvement in family business on firm's entrepreneurial orientation and family business performance: case study in indonesian transportation industry*.
- Calabrò, A., Frank, H., Minichilli, A., & Suess-Reyes, J. (2021). Business families in times of crises: The backbone of family firm resilience and continuity. *Journal of Family Business Strategy*, 12(2), 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2021.100442>
- Ching thing fok, C., Allen, J., & Team, P. A. (2011). The Brief Family Relationship Scale: A Brief Measure of the Relationship Dimension in Family Functioning. *International Jurnal of Forensic Mental Health*, 21(1). <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1073191111425856>
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). artial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi MenPgunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris edisi 2. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Gómez-Mejía, L. R., Haynes, K. T., Núñez-Nickel, M., Jacobson, K. J. L., & Moyano-Fuentes, J. (2007). Socioemotional wealth and business risks in family-controlled firms: Evidence from Spanish olive oil mills. *Administrative Science Quarterly*, 52(1), 106–137. <https://doi.org/10.2189/asqu.52.1.106>
- Habbershon, T. G., & Williams, M. L. (1999). A resource-based framework for assessing the strategic advantages of family firms. *Family Business Review*, 12(1), 1–25. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1999.00001.x>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Mediation Analysis*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_7
- Lestari, E. D., Abd Hamid, N., Shamsuddin, R., Kurniasari, F., & Yaacob, Z. (2024). Investigating the factors of SMEs' business resilience in the post-pandemic crisis of COVID-19 with technology adoption as a quasi-moderator: a multigroup analysis of Indonesian and Malaysian SMEs. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2301135>
- Pont, A., & Simon, A. (2024). Nurturing family business resilience through strategic supply chain management. *Journal of Family Business Management*, 15(1), 68–101. <https://doi.org/10.1108/JFBM-11-2023-0272>
- saad, M. H., Hagelaar, G., van der Velde, G., & Omta, S. W. F. (2021). Conceptualization of SMEs' business resilience: A systematic literature review. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1938347>
- Smyrnios, K., Tanewski, G., & Romano, C. (1998). Development of a measure of the characteristics of family business. *Family Business Review*, 11(1), 49–60. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1998.00049.x>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Tien, N. H. (2021). Vietnamese family business in Vietnam and in Poland: Comparative analysis of trends and characteristics. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 42(3), 282–299.
-

<https://doi.org/10.1504/IJESB.2021.113202>

Yilmaz, Y., Raetze, S., Groote, J. de, & Kammerlander, N. (2024). Resilience in Family Businesses: A Systematic Literature Review. *Family Business Review*, 37(1), 60–88. <https://doi.org/10.1177/08944865231223372>