

**PENGARUH KARAKTERISTIK BISNIS KELUARGA TERHADAP
RESILIENSI BISNIS DENGAN *FAMILY RELATIONSHIP*
SEBAGAI MEDIASI**

Skripsi

Oleh

**WAHYU NING YULIANI
NPM 2211011160**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

PENGARUH KARAKTERISTIK BISNIS KELUARGA TERHADAP RESILIENSI BISNIS DENGAN *FAMILY RELATIONSHIP* SEBAGAI MEDIASI

Oleh

WAHYU NING YULIANI

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

ABSTRAK

THE INFLUENCE OF FAMILY BUSINESS CHARACTERISTICS ON BUSINESS RESILIENCE WITH FAMILY RELATIONSHIP AS A MEDIATION

Oleh

WAHYU NING YULIANI

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*

**PENGARUH KARAKTERISTIK BISNIS KELUARGA TERHADAP
RESILIENSI BISNIS DENGAN *FAMILY RELATIONSHIP*
SEBAGAI MEDIASI**

Oleh

WAHYU NING YULIANI

Skripsi

**Sebagai Salah satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA MANAJEMEN**

Pada

**Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

Judul Skripsi

:PENGARUH KARAKTERISTIK BISNIS
KELUARGA TERHADAP RESILIENSI BISNIS
DENGAN FAMILY RELATIONSHIP SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI

Nama Mahasiswa

: *Wahyu Ning Yuliani*

NPM

: 2211011160

Jurusan

: Manajemen

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis



MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dr. Keumala Hayati'.

Dr. Keumala Hayati, S.E., M.Si
NIP 1976111 020012 2 001

2. Ketua Jurusan Manajemen

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dr. Ribhan'.

Dr. Ribhan, S.E., M.Si
NIP 19680708 200212 1 003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

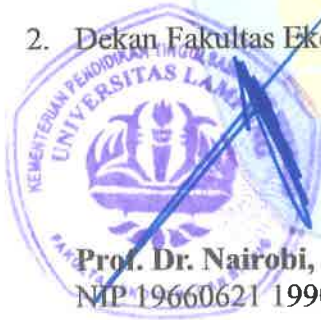
Ketua : Dr. Keumala Hayati, S.E., M.Si

Penguji Utama : Prakarsa Panji Negara., S.E., M.Si, Ph.D

Sekretaris : Nurul Husna, S.E., M.S.M

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 19660621 199003 1 003



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 Januari 2026

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Wahyu Ning Yuliani
NPM : 2211011160
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Karakteristik Bisnis Keluarga Terhadap Resiliensi Bisnis Dengan *Family Relationship* Sebagai Variabel Mediasi

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil penelitian atau skripsi serta sumber informasi atau data adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka dibagian akhir Hasil Penelitian atau Skripsi ini.
2. Menyerahkan sepenuhnya hasil penelitian saya dalam bentuk Hard Copy dan Soft Copy Skripsi untuk dipublikasikan ke media cetak ataupun elektronik kepada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Tidak akan menuntut atau meminta ganti rugi dalam bentuk apapun atas segala sesuatu yang dilakukan oleh Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung terhadap Hasil Penelitian atau Skripsi saya ini.
4. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Lampung dan sanksi hukum yang berlaku di Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandar Lampung, 13 Februari 2026



Wahyu Ning Yuliani

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Wahyu Ning Yuliani, dilahirkan pada tanggal 11 Juli 2003. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara yang merupakan anak dari Bapak Sumardi dan Ibu Srieka. Alamat penulis bertempat di Metro Kibang, Lampung Timur, Lampung. Pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis :

1. SD N 1 Sumber Agung, Lampung Timur yang diselesaikan pada 2016
2. SMP N 1 Kibang, Lampung Timur yang diselesaikan pada 2019
3. SMA N 6 Metro , Kota Metro yang diselesaikan pada 2022

Penulis terdaftar sebagai mahasiswi jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Lampung pada tahun 2022. Selama menjadi mahasiswi penulis pernah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Way Sidomukti, Ketapang, Lampung Selatan. Dan melalui skripsi ini peneliti akan segera menamatkan Pendidikan jenjang Strata 1.

MOTTO

*“Take The Risk Now, Create Your Own Opportunity, Do Something Meaningful Or
We Will Lose It All”*

Wahyu Ning Yuliani

*“Never hope too much for something that you think will happen, if that hope
doesn't happen then you will be destroyed along with that hope.”*

Wahyu Ning Yuliani

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Teruntuk mama yang telah berpulang lebih dulu, terimakasih selama dulu hadir di dunia ini doa dan kasih sayangnya menjadi semangat dalam setiap langkah perjalanku. Skripsi ini Adalah wujud kecil dari perjuangan untuk mama. Semoga mama bangga di tempat yang paling Indah di sisi-Nya.

Teruntuk bapak yang senantiasa berjuang dan mendukung setiap langkahku. Terima kasih atas cinta, kerja keras, dan doa yang tak pernah berhenti mengalir.

Keluarga Manajemen 2022

Serta Almamater tercinta,

Universitas Lampung.

SANCAWACANA

Assalamualaikum wr, wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, kesehatan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Bisnis Keluarga Terhadap Resiliensi Bisnis Dengan *Family Relationship* Sebagai Mediasi” dengan baik. Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu dan berperan besar dalam menyusun skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Dekan Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
2. Bapak Ketua Jurusan Dr. Ribhan, S.E.,M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Ibu Dr. Zainnur M. Rusdi, S.E., M.Sc. selaku sekretaris Jurusan Manajemen dan Pembimbing Akademik.
4. Ibu Dr. Keumala Hayati, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih atas segala segala dukungan yang telah diberikan dalam penelitian ini.
5. Bapak Prakarsa Panji Negara, S.E., M.Si,Ph.D selaku Dosen Penguji Utama. Terima kasih atas bantuan dan saran-saran yang diberikan.
6. Ibu Nurul Husna, S.E.,M.S.M selaku Dosen Penguji Kedua. Terima kasih atas saran dan masukan yang diberikan
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan bagi Peneliti
8. Seluruh Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, terima kasih atas bantuan yang telah diberikan kepada Peneliti.

9. Bapak dan Mamak tercinta yang telah memberikan rasa sayang dan cintanya, terima kasih telah senantiasa mendukung dan memberi semangat kepada Peneliti.
10. Sahabat-sahabatku Annisa Mulya, Oktavia Ramadhia Fitri, Nita Kusuma, Salsabila Risma, Nahdiyatul M, Atas semangat dan dukungannya yang telah diberikan kepada peneliti.
11. Almamater yang kubanggakan Universitas Lampung

Akhir kata peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi Peneliti berharap semoga skripsi yang sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua Amiin.

Bandar Lampung, 12 Januari 2025

Wahyu Ning Yuliani

2211011160

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Bisnis Keluarga.....	10
2.1.1 Model Sistem Keluarga Bowen	10
2.1.2 Karakteristik Bisnis Keluarga	10
2.1.3 Jenis Perusahaan Keluarga (FOE dan FBE)	12
2.1.4 <i>Socioemotional Wealth (SEW)</i> dalam Bisnis Keluarga	13
2.1.5 Tata Kelola Perusahaan Keluarga	14
2.2 Resiliensi Bisnis	15
2.2.1 Pengertian Resiliensi Bisnis.....	15
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Resiliensi Bisnis.....	16
2.2.3 Resiliensi Pada UMKM Keluarga.....	17
2.3 <i>Family Relationship</i>	17
2.3.1 Pengertian <i>Family Relationship</i>	17
2.4 Penelitian Terdahulu	18
2.5 Hipotesis Penelitian	20
2.5.1 Pengaruh Karakteristik Bisnis Keluarga Terhadap Resiliensi Bisnis.....	21
2.5.2 Pengaruh Karakteristik bisnis keluarga terhadap <i>family relationship</i>	21
2.5.3 Pengaruh Family Relatonship terhadap Resiliensi Bisnis.....	22
2.5.4 Peran Mediasi <i>Family Relationship</i> Antara Karakteristik Bisnis Keluarga terhadap Resiliensi Bisnis	23
2.6 Kerangka Pemikiran	24
III. METODE PENELITIAN.....	26

3.1	Jenis Penelitian	26
3.2	Sumber Data	27
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4	Populasi dan Sampel.....	28
3.4.1	Populasi.....	28
3.4.2	Sampel	29
3.5	Variabel Penelitian.....	31
3.5.1	Variabel Bebas (Independen)	31
3.5.2	Variabel (Dependen)	31
3.5.3	Variabel Mediasi	32
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	33
3.7	Uji Coba Instrumen (<i>Pilot Test</i>).....	36
3.7.1	Teknik Pelaksanaan <i>Pilot Test</i>	36
3.7.2	Uji Validitas <i>Pilot Test</i>	37
3.7.3	Uji Reliabilitas <i>Pilot Test</i>	40
3.8	Teknik Analisis Data.....	41
3.9	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	42
3.9.1	Uji Validitas.....	42
3.9.2	Uji Reliabilitas	43
3.10	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	44
3.11	Uji Hipotesis	45
IV.	PEMBAHASAN	47
4.1	Gambaran Umum Penelitian	47
4.2	Deskripsi Responden	47
4.3	Analisis Dekskriptif.....	49
4.3.1	Analisis Dekskriptif variabel karakteristik bisnis keluarga	49
4.3.2	Analisis Dekskriptif variaebel Resiliensi Bisnis	50
4.3.3	Analisi Dekskriptif variabel <i>Family Relationship</i>	51
4.4	Analisis Model Pengukuran.....	53
4.4.1	<i>Outer Model</i>	53
4.4.2	<i>Inner Model</i>	61
4.5	Uji Hipotesis	63
4.6	Diskusi	65
4.6.1	Pengaruh Karakteristik Bisnis Keluarga Terhadap Resiliens Bisnis.....	65
4.6.2	Pengaruh Karakteristik Bisnis Keluarga Terhadap <i>Family Relationship</i>	68
4.6.3	Pengaruh <i>Family Relationship</i> terhadap Resiliensi Bisnis	70
4.6.4	Pengaruh Family Relationship antara Karakteristik Bisnis Keluarga terhadap Resiliensi Bisnis	73

V.	KESIMPULAN DAN SARAN	76
4.7	Kesimpulan.....	76
4.8	Saran.....	77
	DAFTAR PUSTAKA.....	79
	KUESIONER PENELITIAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Kerangka Pemikiran	19
Tabel 2. <i>Skala Likert</i>	28
Tabel 3. Tabel Operasional.....	33
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Karakteristik Bisnis Keluarga.....	38
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Family Relationship</i>	39
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Resiliensi Bisnis	40
Tabel 7. Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 8. Kriteria Responden	49
Tabel 9 Analisis Dekriptif variabel karakteristik bisnis keluarga	50
Tabel 10 Analisis Dekriptif variabel Resiliensi Bisnis	52
Tabel 11 Analisis Dekriptif variabel Resiliensi Bisnis	53
Tabel 12 <i>Outer model</i> sebelum menghilangkan factor pemuatan rendah	55
Tabel 13 <i>Outer Model</i> setelah menghilangkan Faktor Pemuatan Rendah	58
Tabel 14 <i>Outer Loading</i>	59
Tabel 15 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	60
Tabel 16 Cross Loading	61
Tabel 17 <i>Cronbach Alpha</i> dan Reliabilitas Komposit	62
Tabel 18 Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>).....	63
Tabel 19 Koefisien Determinasi (R-Kuadrat)	64
Tabel 20 F-Kuadrat	65
Tabel 21 Uji Hipotesis.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 2: <i>Outer Model</i> sebelum menghilangkan Faktor <i>Loading</i> rendah	57
Gambar 3: <i>Outer Model</i> setelah menghilangkan Faktor Pemuatan Rendah.....	58
Gambar 4. Hasil koefisien jalur dengan <i>SmartPLS</i>	63
Gambar 5 Uji Hipotesis.....	65

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Karakteristik bisnis keluarga merupakan fondasi utama yang membedakan bisnis keluarga dari jenis usaha lainnya. Ciri khas ini mencakup aspek kepemilikan dan pengelolaan oleh anggota keluarga, keterlibatan emosional, orientasi jangka panjang, serta nilai-nilai warisan antar generasi (Pont & Simon, 2024). Karakteristik ini secara teoretis dikaitkan dengan pendekatan *Socioemotional Wealth (SEW)*, yaitu dorongan keluarga pemilik untuk mempertahankan nilai-nilai non-ekonomi seperti identitas keluarga, reputasi, dan harmoni internal, bahkan melebihi kepentingan finansial jangka pendek (Gómez-Mejía *et al.*, 2007).

Ciri khas atau karakteristik bisnis keluarga dianggap mampu memberikan keunggulan kompetitif melalui fleksibilitas dalam pengambilan keputusan, kohesi sosial, dan tingkat kepercayaan internal yang tinggi (Tien, 2021). Dalam situasi seperti perubahan teknologi, ketidakpastian ekonomi secara global, maupun dalam masa krisis seperti pandemi COVID-19, karakteristik tersebut diyakini turut berperan dalam meningkatkan resiliensi bisnis. Namun, beberapa penelitian menemukan bahwa tidak semua bisnis keluarga mampu menunjukkan resiliensi yang tinggi, mengindikasikan bahwa karakteristik internal saja belum cukup menjelaskan resiliensi bisnis secara menyeluruh (Calabrò *et al.*, 2021).

Resiliensi bisnis didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk pulih, beradaptasi, dan bertahan dalam menghadapi gangguan dan perubahan drastis (saad *et al.*, 2021). Dalam konteks bisnis keluarga, resiliensi tidak hanya berasal dari strategi bisnis atau struktur organisasi, tetapi juga dari kekuatan

sosial dan emosional yang terbentuk melalui hubungan keluarga (Calabrò *et al.*, 2021). Resiliensi bisnis dapat terjadi ketika suatu bisnis berada pada tingkat karakteristik tertentu seperti optimis, mampu menyesuaikan diri dan beradaptasi, mandiri serta memiliki kemampuan dalam pemecahan masalah yang efektif. Dalam penelitiannya Bachtiar dan Ramli (2023) menambahkan bahwa resiliensi bukan hanya sekadar hasil dari krisis, melainkan sebuah proses bertahap yang mencakup kesadaran, adaptasi, dan aksi yang terus berkembang seiring waktu. Konsep ini juga diperkuat oleh Calabrò *et al.* (2021) melalui studi longitudinal terhadap perusahaan keluarga di Jerman selama pandemi COVID-19. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa resiliensi bisnis keluarga berkembang melalui tiga fase, yaitu fase penyerapan (*absorptive*), fase adaptasi (*adaptive*), dan fase transformasi (*transformative*). Nilai-nilai keluarga dan *SEW* menjadi kekuatan utama dalam menjaga loyalitas internal, fleksibilitas strategi, dan kemampuan perusahaan untuk bertransformasi setelah krisis. Namun demikian, relasi keluarga yang disfungsi dapat menjadi hambatan serius yang justru melemahkan proses adaptasi. Konsep resiliensi sendiri bermula dari studi ekologi oleh Holling (1973), namun kemudian berkembang dalam berbagai disiplin termasuk bisnis dan organisasi. Resiliensi dalam konteks organisasi tidak hanya mencerminkan kemampuan untuk bangkit dari gangguan (*bounce back*), tetapi juga untuk maju (*bounce forward*), yakni kemampuan untuk bertransformasi dan menciptakan nilai baru pasca-krisis.

Salah satu faktor kunci yang dapat menjembatani hubungan antara karakteristik bisnis keluarga dan resiliensi adalah kualitas hubungan keluarga atau *family relationship*. Menurut Calabrò *et al.* (2021) daya tahan bisnis keluarga sangat ditopang oleh mekanisme internal berbasis hubungan dan komitmen, yang dalam banyak kasus lebih kuat daripada sistem formal perusahaan non-keluarga. Dalam penelitian tersebut telah menekankan bahwa kualitas hubungan keluarga dan keterlibatan emosional dalam bisnis merupakan faktor kunci dalam menjelaskan ketahanan jangka panjang perusahaan keluarga. Namun, penelitian ini juga memperingatkan bahwa jika hubungan keluarga tidak harmonis, maka nilai-nilai *SEW* justru bisa menjadi

penghambat adaptasi bisnis karena adanya resistensi terhadap perubahan dan konflik internal. Oleh karena itu, relasi kekeluargaan yang sehat menjadi komponen penting untuk menjembatani karakteristik bisnis keluarga dengan resiliensi yang dibutuhkan dalam menghadapi tekanan eksternal hubungan yang harmonis di antara anggota keluarga yang ditandai dengan komunikasi yang terbuka, rasa saling percaya, dan kerja sama mampu menciptakan solidaritas internal yang kuat (Pont & Simon, 2024). Hal ini memungkinkan pengambilan keputusan yang cepat dan kompak dalam menghadapi tantangan, serta memfasilitasi perencanaan jangka panjang yang berkelanjutan. Sebaliknya, hubungan yang disfungsional dan penuh konflik dapat menjadi sumber krisis internal yang mengancam keberlanjutan bisnis (Calabrò *et al.*, 2021). Pendekatan teoritis seperti *organizational resilience theory* dan *resource-based view (RBV)* mendukung gagasan bahwa kekuatan internal, baik berupa sumber daya fisik maupun relasi sosial, dapat menjadi pondasi utama bagi ketahanan organisasi (Bachtiar & Ramli, 2023). Dengan demikian, *family relationship* tidak hanya memainkan peran sebagai bagian dari karakteristik bisnis keluarga, tetapi juga sebagai mekanisme mediasi yang menjelaskan bagaimana karakteristik tersebut berpengaruh terhadap resiliensi bisnis secara menyeluruh (Saad *et al.*, 2021).

Dalam praktiknya, *family relationship* dapat menjadi kekuatan yang menyatukan atau sebaliknya menjadi sumber konflik yang mengganggu stabilitas usaha. menunjukkan bahwa dalam menghadapi krisis, bisnis keluarga yang memiliki *family relationship* yang solid lebih mampu menavigasi disrupsi dibanding yang rentan konflik. Dengan kata lain, kualitas *family relationship* tidak hanya berperan langsung terhadap performa bisnis, tetapi juga dapat bertindak sebagai mediator antara karakteristik organisasi dan hasil bisnis jangka panjang.

Penelitian Calabrò *et al.* (2021) menunjukkan bahwa modal sosial keluarga (*family social capital*) berupa kepercayaan, solidaritas, dan nilai bersama antaranggota keluarga berperan penting dalam membentuk respons bisnis keluarga terhadap krisis. Temuan tersebut memperkuat asumsi bahwa hubungan keluarga (*family relationship*) merupakan aspek sentral yang tidak

hanya mencerminkan karakteristik bisnis keluarga, tetapi juga dapat bertindak sebagai mediasi dalam membentuk resiliensi. Dalam konteks ini, hubungan yang harmonis dan kolaboratif antaranggota keluarga dapat memperkuat pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi yang dibutuhkan untuk menghadapi tekanan eksternal. Pandemi COVID-19 menjadi katalis untuk menilai ketahanan UMKM. Kementerian Koperasi dan UKM (2022) menunjukkan bahwa lebih dari 53% UMKM mengalami penurunan omzet drastis dan 30% terpaksa menutup usahanya secara permanen. Padahal, sektor ini menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional (Hakim, 2021). Banyak pelaku UMKM yang kesulitan beradaptasi karena lemahnya kapasitas internal, salah satunya terkait dinamika relasi keluarga dalam bisnis (Lestari *et al.*, 2024).

Penelitian ini difokuskan pada usaha keluarga berskala kecil dan menengah (UMKM) di kota Bandar Lampung, Lampung, khususnya yang bergerak di sektor perdagangan dan jasa. Pemilihan Bandar Lampung sebagai Lokasi penelitian karena Lokasi ini telah berkembang secara signifikan selama beberapa tahun terakhir. Menurut Pusat Badan Statistik (BPS, 2024), Pada tahun 2023, usaha mikro mendominasi sektor UMKM di Provinsi Lampung dengan kontribusi sebesar 99,5% (490.521), diikuti usaha kecil (2.202) dan usaha menengah (263) sedangkan untuk kota Bandar Lampung sendiri menurut Kementerian Koperasi dan UKM RI pada tahun 2024 jumlah umkm mencapai 30.940 umkm yang sedang menjalankan usahanya (Lampung Satu Data, 2025). Dalam beberapa tahun terakhir, pelaku UMKM di Bandar Lampung menghadapi berbagai tantangan eksternal, mulai dari dampak pandemi COVID-19, ketidakpastian ekonomi pasca-krisis global, hingga pergeseran teknologi digital dan perubahan preferensi konsumen. Kondisi ini menuntut kemampuan adaptasi dan resiliensi bisnis yang tinggi, terutama dari usaha keluarga yang mengandalkan ikatan sosial dan modal internal sebagai kekuatan utama mereka (Bachtiar & Ramli, 2023).

Penelitian ini penting dilakukan karena masih terdapat gap penelitian yang perlu diteliti lebih lanjut. Secara teoretis, penelitian sebelumnya (Calabrò *et al.*, 2021; Naldi *et al.*, 2024; Tien, 2021) belum menjelaskan secara

mendalam mekanisme hubungan antara karakteristik bisnis keluarga dan resiliensi bisnis melalui *family relationship*, padahal teori *Socioemotional Wealth* (SEW) dan *Organizational Resilience* menunjukkan pentingnya faktor hubungan sosial internal dalam membangun ketahanan usaha.

Secara empiris, studi terdahulu Pont & Simon, (2024); Yilmaz et al. (2024) menemukan pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi, namun belum menguji peran *family relationship* sebagai variabel mediasi. Selain itu, kesenjangan kontekstual muncul karena sebagian besar penelitian dilakukan di negara maju, sedangkan kajian mengenai UMKM keluarga di Indonesia, khususnya di Kota Bandar Lampung, masih terbatas.

Dari sisi metodologis, penelitian sebelumnya umumnya menggunakan pendekatan kualitatif atau tinjauan literatur (Bachtiar & Ramli, 2023; Chaudhary et al., 2021), sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *Structural Equation Modeling (SEM)* untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antarvariabel. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan teoretis, empiris, dan kontekstual tersebut serta memberikan kontribusi pada pengembangan studi bisnis keluarga di Bandar Lampung

Studi saad *et al.* (2021) bahwa resiliensi bisnis tidak terjadi secara otomatis, tetapi sangat bergantung pada kombinasi struktur organisasi, strategi adaptif, dan kekuatan hubungan keluarga. Bachtiar dan Ramli (2023) menekankan bahwa resiliensi harus dipahami sebagai bertahap yang melibatkan kesadaran terhadap krisis, adaptasi, hingga tindakan nyata. Dengan menjadikan *family relationship* sebagai variabel mediasi, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan dalam literatur serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai mekanisme hubungan antara karakteristik bisnis keluarga dan resiliensi bisnis . Dengan demikian, penelitian ini diangkat dengan judul **“Pengaruh Karakteristik Bisnis Keluarga Terhadap Resiliensi Bisnis dengan *Family Relationship* Dengan sebagai Mediasi”** sebagai upaya untuk mengisi kesenjangan literatur serta memberikan

wawasan baru bagi perkembangan UMKM berbasis keluarga di daerah Bandar Lampung.

1.2 Rumusan Masalah

Bisnis keluarga merupakan bentuk usaha yang memiliki karakteristik khas, antara lain adanya keterlibatan anggota keluarga, orientasi jangka panjang, serta nilai-nilai keluarga yang memengaruhi pengelolaan usaha. Meskipun kontribusinya sangat besar terhadap perekonomian nasional, kenyataannya banyak bisnis keluarga yang menghadapi tantangan serius, terutama terkait kemampuan bertahan dalam kondisi krisis. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik bisnis keluarga sebagai faktor internal belum tentu cukup kuat untuk menjamin resiliensi bisnis.

Di sisi lain, *family relationship* diyakini berperan penting dalam memperkuat daya tahan bisnis. Hubungan yang harmonis dan komunikasi yang baik antar anggota keluarga dapat menjadi faktor mediasi yang memperkuat pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi usaha. Namun, terdapat kesenjangan empiris karena belum banyak penelitian yang menguji secara langsung peran mediasi *family relationship* dalam konteks UMKM keluarga di Lampung, khususnya di Kota Bandar Lampung.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah karakteristik bisnis keluarga berpengaruh terhadap resiliensi bisnis?
2. Apakah karakteristik bisnis keluarga berpengaruh terhadap *family relationship*?
3. Apakah *family relationship* berpengaruh terhadap resiliensi bisnis?
4. Apakah *family relationship* memediasi pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis.
2. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap *family relationship*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *family relationship* terhadap resiliensi bisnis.
4. Untuk mengetahui peran mediasi *family relationship* terhadap karakteristik bisnis keluarga dengan resiliensi bisnis.

1.6 Manfaat

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis (Bagi Ilmu Pengetahuan)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen bisnis keluarga dan studi ketahanan organisasi. Dengan mengkaji pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis melalui mediasi hubungan keluarga, penelitian ini memperkaya literatur mengenai mekanisme internal yang membentuk daya tahan usaha dalam konteks keluarga. Selain itu, penelitian ini juga menambah pemahaman mengenai penerapan pendekatan *socioemotional wealth (SEW)* dan *Organizational resilience theory* dalam konteks bisnis keluarga di provinsi Lampung dan negara berkembang seperti Indonesia.

2. Manfaat Praktis (Bagi UMKM / Perusahaan Keluarga)

Bagi pelaku UMKM yang berbasis keluarga, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan refleksi terhadap struktur

organisasi internal, pola hubungan antar anggota keluarga, dan orientasi jangka panjang yang dimiliki oleh bisnis mereka. Pemahaman tentang pentingnya hubungan keluarga sebagai faktor mediasi dapat membantu pemilik bisnis untuk membangun komunikasi yang lebih baik, mengurangi konflik internal, dan memperkuat kerja sama dalam menghadapi tantangan eksternal. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi lembaga pendamping UMKM dan pemerintah daerah dalam merancang pelatihan atau kebijakan berbasis nilai-nilai sosial internal keluarga untuk meningkatkan ketahanan bisnis keluarga secara menyeluruh.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bisnis Keluarga

2.1.1 Model Sistem Keluarga Bowen

Teori Sistem Keluarga Bowen merupakan teori yang dikembangkan oleh Murray Bowen pada akhir tahun 1960-an, yang menekankan bahwa keluarga berfungsi sebagai suatu sistem emosional yang saling memengaruhi antara satu anggota dengan yang lain (Mart & City, 2021). Teori ini memandang keluarga sebagai suatu sistem emosional yang saling berinteraksi, di mana perilaku setiap anggota keluarga dipengaruhi oleh hubungan timbal balik dengan anggota lainnya. Salah satu konsep utama dalam teori ini adalah *differentiation of self*, yaitu kemampuan individu untuk tetap mandiri dalam berpikir dan bertindak, namun tetap mampu menjaga kedekatan emosional dengan keluarga.

Teori ini didasarkan pada gagasan bahwa manusia berfungsi sebagai satu kesatuan emosional dan lebih mudah untuk memahami mereka dan masalah mereka ketika mereka dilihat dalam konteks ikatan dan hubungan keluarga mereka. Meskipun tidak semua keluarga dekat, mereka tetap saling tergantung satu sama lain. Apa yang terjadi pada satu orang akan. Ketika anggota keluarga merasa cemas, kecemasan mereka dapat meningkat dengan menular di antara mereka. Seiring meningkatnya kecemasan, keterhubungan emosional anggota keluarga menjadi lebih menegangkan daripada menenangkan. Akhirnya, satu atau lebih anggota merasa kewalahan, terisolasi, atau kehilangan kendali. Anggota-anggota ini adalah orang-orang yang paling akomodatif untuk mengurangi ketegangan pada orang lain. Ini

adalah interaksi timbal balik. Misalnya, seseorang mengambil terlalu banyak tanggung jawab atas kesusahan orang lain sehubungan dengan harapan mereka yang tidak realistis terhadapnya, atau seseorang menyerahkan terlalu banyak kendali atas pemikiran dan pengambilan keputusannya sehubungan dengan orang lain yang dengan cemas mendiktenya apa yang harus dilakukan. Orang yang paling akomodatif secara harfiah "menyerap" kecemasan sistem dan dengan demikian menjadi anggota keluarga yang paling rentan terhadap masalah seperti depresi, alkoholisme, perselingkuhan, atau penyakit fisik. Ketergantungan emosional ini kemungkinan besar berkembang untuk mendorong kekompakan dan kerja sama yang dibutuhkan keluarga untuk melindungi, memberi tempat tinggal, dan memberi makan anggotanya. Namun, ketegangan yang meningkat dapat mengintensifkan proses-proses yang mendorong persatuan dan kerja sama tim ini, dan hal ini dapat menyebabkan masalah.erdampak positif atau negatif pada anggota lainnya. Bergantung pada apa yang terjadi di rumah, seseorang bisa berubah dari merasa aman dan bahagia menjadi cemas dan takut.

2.1.2 Karakteristik Bisnis Keluarga

Bisnis keluarga merupakan bentuk usaha yang dikarakteristikan oleh keterlibatan aktif anggota keluarga dalam upaya bersama untuk mencapai tujuan ekonomi maupun non-ekonomi yang memberikan manfaat seimbang bagi keluarga, perusahaan, dan lingkungan. Aktivitas bisnis ini kerap dilandasi oleh visi jangka panjang, seperti mempersiapkan generasi penerus yang akan melanjutkan perusahaan, menginisiasi inovasi, membentuk unit usaha baru di dalam maupun di luar organisasi yang telah ada, serta melakukan revitalisasi terhadap bisnis yang sudah berjalan (Pramono, 2006).

Salah satu ciri khas penting bisnis keluarga adalah integrasi antara nilai-nilai keluarga seperti loyalitas, kepercayaan, dan tanggung jawab emosional dengan nilai-nilai bisnis profesional. Integrasi ini sejalan dengan konsep *Socioemotional Wealth (SEW)*, yaitu dorongan untuk mempertahankan

warisan sosial dan emosional keluarga melalui aktivitas bisnis. Proses suksesi dalam bisnis keluarga umumnya berlangsung secara alami, di mana generasi muda dilibatkan sejak dini untuk belajar secara langsung dari orang tua atau anggota keluarga senior. Fleksibilitas dalam pengambilan keputusan juga menjadi keunggulan, karena struktur organisasi yang sederhana memungkinkan respons cepat terhadap perubahan pasar. Dalam situasi sulit, bisnis keluarga cenderung memanfaatkan tenaga kerja dari lingkaran keluarga sendiri untuk menghemat biaya dan menjaga tingkat kepercayaan yang tinggi. Identitas keluarga sering kali melekat pada merek dagang, sehingga reputasi keluarga dapat memperkuat citra merek di pasar lokal maupun global (Tien, 2021).

Karakteristik utama bisnis keluarga terletak pada perpaduan antara kepentingan keluarga dan orientasi bisnis, yang membedakannya dari jenis usaha lain. Keterlibatan emosional, orientasi jangka panjang, serta nilai-nilai yang diwariskan lintas generasi menjadi elemen penting yang membentuk keunikannya. Pont dan Simon (2024) menegaskan bahwa bisnis keluarga memiliki keistimewaan dalam pengelolaan karena nilai dan norma keluarga tertanam kuat dalam struktur dan budaya organisasi. Keterlibatan langsung anggota keluarga memungkinkan proses pengambilan keputusan yang cepat, fleksibel, dan berlandaskan pada pengalaman maupun intuisi. Hubungan interpersonal yang erat antar anggota keluarga juga memperkuat solidaritas dan kepercayaan dalam menghadapi tantangan usaha. Calabrò *et al.* (2021) menekankan bahwa keberlangsungan bisnis keluarga sangat dipengaruhi oleh kekuatan internal keluarga itu sendiri. Aspek emosional dan ikatan personal memiliki dampak signifikan terhadap ketahanan dan kesinambungan usaha. Namun, karakteristik ini juga menyimpan potensi risiko, seperti konflik internal, kesulitan dalam proses suksesi, dan pengambilan keputusan yang bias akibat dominasi keluarga tertentu. Selain itu, batas yang kabur antara hubungan personal dan profesional dapat memengaruhi keseimbangan struktur organisasi serta pengelolaan sumber daya manusia.

karakteristik bisnis keluarga yang meliputi kepemilikan bersama, keterlibatan langsung anggota keluarga, penanaman nilai-nilai keluarga, dan orientasi

lintas generasi merupakan kekuatan sekaligus tantangan. Pemahaman mendalam terhadap karakteristik ini penting untuk merumuskan strategi manajerial yang adaptif, profesional, dan berkelanjutan, sehingga bisnis keluarga dapat mempertahankan daya saingnya di tengah dinamika pasar.

2.1.3 Jenis Perusahaan Keluarga (FOE dan FBE)

Dalam terminologi bisnis, perusahaan keluarga dapat dikategorikan menjadi dua jenis utama, yaitu *Family Owned Enterprise* (FOE) dan *Family Business Enterprise* (FBE). FOE adalah perusahaan yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh satu atau beberapa anggota keluarga, dengan kendali strategis dan finansial berada di tangan keluarga. Namun, keterlibatan keluarga dalam pengelolaan operasional sehari-hari tidak selalu ada. Pada tipe ini, manajemen dapat dijalankan oleh profesional dari luar lingkaran keluarga, sementara keputusan strategis utama tetap menjadi wewenang keluarga pemilik. FOE umumnya merupakan kelanjutan dari usaha yang sebelumnya dikelola langsung oleh keluarga pendiri (Yilmaz *et al.*, 2024).

Sementara itu, FBE adalah perusahaan yang tidak hanya dimiliki oleh keluarga, tetapi juga dikelola secara aktif oleh anggota keluarga tersebut. Selain memegang kendali kepemilikan, anggota keluarga juga menempati posisi manajerial dan operasional yang penting. Dalam tipe ini, keterlibatan emosional, nilai-nilai keluarga, dan orientasi jangka panjang menjadi faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan serta arah bisnis. Model FBE banyak dijumpai di Indonesia karena keterlibatan keluarga yang tinggi, baik dalam kepemilikan maupun pengelolaan operasional (Yilmaz *et al.*, 2024).

Perbedaan mendasar antara FOE dan FBE terletak pada tingkat keterlibatan keluarga dalam manajemen. FOE menitikberatkan pada aspek kepemilikan dan kontrol strategis, sedangkan FBE menggabungkan kepemilikan dengan keterlibatan aktif keluarga dalam pengelolaan perusahaan. Dengan demikian, FOE berfokus pada pengendalian strategis, sementara FBE menekankan

perpaduan antara kepemilikan, manajemen, dan nilai-nilai keluarga dalam menjalankan bisnisnya (Yilmaz *et al.*, 2024).

2.1.4 *Socioemotional Wealth (SEW)* dalam Bisnis Keluarga

Teori *Socioemotional Wealth (SEW)* yang dikemukakan oleh Gómez-Mejía *et al.* (2007) untuk menjelaskan perilaku unik perusahaan keluarga yang tidak dapat sepenuhnya diterangkan oleh teori ekonomi konvensional. Teori ini berakar pada *Behavioral Agency Theory* yang menekankan bahwa pengambilan keputusan manajerial tidak hanya didorong oleh pertimbangan ekonomi, tetapi juga oleh preferensi pribadi, nilai-nilai keluarga, dan identitas sosial. Secara konseptual, SEW didefinisikan sebagai aspek nonfinansial dari perusahaan yang memenuhi kebutuhan afektif keluarga, seperti identitas, kemampuan untuk mempertahankan pengaruh keluarga, dan kesinambungan dinasti keluarga (Gómez-Mejía *et al.*, 2007). Naldi *et al.* (2024) kemudian mengembangkan lima dimensi SEW yang dikenal dengan akronim FIBER, yaitu *Family control and influence* (kendali dan pengaruh keluarga), *Identification of family members with the firm* (identifikasi anggota keluarga dengan perusahaan), *Binding social ties* (ikatan sosial yang kuat), *Emotional attachment* (ikatan emosional), dan *Renewal of family bonds through dynastic succession* (pembaruan ikatan keluarga melalui suksesi dinasti). Dalam konteks perusahaan keluarga, SEW sering digunakan untuk memahami mengapa pemilik keluarga cenderung membuat keputusan yang tidak semata-mata memaksimalkan keuntungan finansial, tetapi juga mempertahankan nilai-nilai nonfinansial yang penting bagi keberlangsungan dan reputasi keluarga. Misalnya, pada situasi krisis, perusahaan keluarga cenderung memprioritaskan mempertahankan hubungan dengan karyawan, menjaga nama baik perusahaan, dan memastikan kesinambungan usaha untuk generasi berikutnya, meskipun keputusan tersebut dapat mengurangi laba jangka pendek (Yilmaz *et al.*, 2024). Dengan demikian, SEW menjadi kerangka teoritis yang relevan untuk menjelaskan keterkaitan antara karakteristik

perusahaan keluarga dan resiliensi bisnis, karena nilai-nilai *SEW* mendorong keluarga untuk beradaptasi, berinovasi, serta mempertahankan keberlanjutan usaha di tengah tantangan dan ketidakpastian.

2.1.5 Tata Kelola Perusahaan Keluarga

Tata kelola perusahaan keluarga (*family business governance*) merupakan seperangkat struktur, proses, dan mekanisme yang digunakan untuk mengatur hubungan antara pemilik, pengelola, dan pemangku kepentingan lainnya dalam usaha yang dimiliki oleh keluarga. Menurut Calabrò *et al.* (2021), tata kelola perusahaan keluarga mencakup pengaturan yang memastikan keseimbangan antara kepentingan keluarga dan kepentingan bisnis, sehingga dapat menjaga keberlanjutan usaha lintas generasi.

Dalam praktiknya, tata kelola perusahaan keluarga sering kali dihadapkan pada tantangan unik, seperti konflik antar anggota keluarga, pencampuran peran antara kepemilikan dan manajemen, serta kurangnya sistem formal dalam pengambilan keputusan (Habbershon & Williams, 1999). Untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan keluarga memerlukan struktur tata kelola yang jelas, seperti dewan keluarga (*family council*), perjanjian keluarga (*family constitution*), dan mekanisme komunikasi yang efektif.

Penelitian menunjukkan bahwa tata kelola yang baik dalam perusahaan keluarga mampu meningkatkan profesionalisme, memperkuat proses suksesi, serta memperjelas visi dan misi jangka Panjang (Bachtiar & Ramli, 2023). Tata kelola yang efektif juga berkontribusi terhadap resiliensi bisnis karena mampu mempercepat respons terhadap perubahan pasar dan meminimalkan risiko konflik internal.

Tata kelola perusahaan keluarga tidak hanya berperan sebagai mekanisme pengendalian, tetapi juga sebagai alat strategis untuk menjamin

keberlangsungan usaha, mempertahankan nilai-nilai keluarga, dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

2.2 Resiliensi Bisnis

2.2.1 Pengertian Resiliensi Bisnis

Resiliensi bisnis merupakan kemampuan suatu entitas usaha dalam menghadapi tekanan eksternal, seperti krisis ekonomi, bencana alam, atau pandemi, serta mampu pulih dan beradaptasi dengan situasi baru untuk mempertahankan keberlanjutan usaha (Bachtiar & Ramli, 2023). Dalam konteks ini, resiliensi tidak hanya mencakup ketahanan terhadap gangguan (*impact resistance*), tetapi juga mencakup kecepatan pemulihan (*recovery speed*) menuju kondisi normal atau bahkan kondisi yang lebih baik dari sebelumnya. Resiliensi bisnis juga melibatkan kemampuan berinovasi, manajemen keuangan yang bijak, adaptasi terhadap perubahan, serta kesiapan sumber daya manusia untuk bertindak dalam situasi penuh ketidakpastian. Bagi usaha kecil dan menengah (UKM), resiliensi menjadi kunci untuk bertahan hidup karena keterbatasan sumber daya dan akses terhadap pembiayaan (Bachtiar & Ramli, 2023). Dari sudut pandang psikologis, resiliensi juga dipengaruhi oleh karakteristik pelaku usaha, seperti efikasi diri, optimisme, dan ketangguhan mental yang mendukung pengambilan keputusan dalam situasi kritis (Ayala & Manzano, 2014). Dengan demikian, resiliensi bisnis merupakan strategi fundamental yang berperan penting dalam memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang suatu perusahaan.

2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Resiliensi Bisnis

Berdasarkan Bachtiar dan Ramli, (2023) serta Ayala dan Manzano (2014), terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi resiliensi bisnis, yaitu:

1. Krisis dan Pengalaman Masa Lalu

Kemampuan bertahan dipengaruhi oleh pengalaman menghadapi krisis sebelumnya, seperti bencana alam, krisis ekonomi, atau pandemi. Pengalaman ini meningkatkan *impact resistance* (daya tahan) dan *recovery speed* (kecepatan pemulihan).

2. Tahap Pertumbuhan Bisnis

Setiap tahap siklus hidup bisnis memiliki strategi yang berbeda untuk mempertahankan daya tahan. Perusahaan yang mampu menyesuaikan strategi sesuai tahap pertumbuhan akan lebih resilien (Karakteristik Wirausaha.

Efikasi diri, optimisme, kreativitas, dan ketangguhan mental berkontribusi pada pengambilan keputusan yang tepat di tengah ketidakpastian.

3. Struktur dan Budaya Organisasi

Organisasi dengan struktur yang adaptif, kolaboratif, dan berbasis inovasi lebih mampu merespons perubahan. Budaya kerja yang mendukung pembelajaran juga meningkatkan kemampuan beradaptasi.

4. Akses terhadap Sumber Daya

Ketersediaan modal, teknologi, jaringan bisnis, dan dukungan pemerintah memperkuat ketahanan usaha, terutama pada sektor UMKM.

5. Inovasi dan Kreativitas

Pengembangan produk, diversifikasi pasar, dan penerapan teknologi baru menjadi kunci untuk bertahan di lingkungan bisnis yang dinamis.

2.2.3 Resiliensi Pada UMKM Keluarga

Resiliensi pada UMKM keluarga adalah kemampuan usaha kecil dan menengah yang dimiliki dan dikelola oleh anggota keluarga untuk bertahan, beradaptasi, dan pulih dari tekanan atau krisis yang dihadapi. Kemampuan ini tidak hanya mencakup aspek finansial dan operasional, tetapi juga melibatkan kekuatan sosial, emosional, dan nilai-nilai keluarga yang memengaruhi daya lenting usaha (Calabrò *et al.*, 2021). UMKM keluarga cenderung memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi dalam merespons perubahan pasar, mengatur sumber daya yang terbatas, dan memanfaatkan modal sosial seperti jaringan hubungan dengan pelanggan, pemasok, dan komunitas lokal. Selain itu, keterlibatan langsung anggota keluarga dalam pengelolaan usaha memungkinkan pengambilan keputusan yang cepat dan koordinasi yang efisien, serta meningkatkan kesediaan untuk melakukan pengorbanan pribadi demi keberlangsungan usaha (Calabrò *et al.*, 2021). Pada masa pandemi COVID-19, misalnya, banyak UMKM keluarga yang beradaptasi dengan mengubah model bisnis, mengembangkan produk baru, atau melakukan efisiensi biaya untuk bertahan di pasar. Meskipun demikian, resiliensi UMKM keluarga juga menghadapi tantangan berupa potensi konflik internal, keterbatasan modal, dan kurangnya inovasi (Lestari *et al.*, 2024). Oleh karena itu, membangun resiliensi memerlukan keseimbangan antara pelestarian nilai-nilai keluarga dan penerapan praktik manajemen profesional, termasuk inovasi, digitalisasi, serta penguatan hubungan dengan pihak eksternal, guna memastikan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

2.3 *Family Relationship*

2.3.1 Pengertian *Family Relationship*

Family relationship atau hubungan antaranggota keluarga dalam konteks bisnis keluarga merujuk pada kualitas interaksi, komunikasi, serta dukungan

emosional di antara anggota keluarga yang terlibat dalam pengelolaan usaha. Hubungan ini mencakup dimensi kepercayaan, keterbukaan, kohesi emosional, dan dukungan timbal balik, yang secara bersama-sama membentuk fondasi sosial bagi keberlangsungan bisnis.

Family Relationship yang harmonis menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi kolaborasi, pengambilan keputusan bersama, dan penyelesaian masalah secara konstruktif. Menurut Pont dan Simon (2024), *Family Relationship* yang kuat memperkuat rasa saling percaya, mendorong keterbukaan informasi, dan membangun solidaritas dalam menghadapi krisis. Kondisi ini memungkinkan anggota keluarga untuk saling mendukung dan berkontribusi aktif terhadap strategi pemulihan maupun pertumbuhan bisnis

Sebaliknya, *Family Relationship* yang rapuh dapat meningkatkan potensi konflik internal, menghambat koordinasi, dan melemahkan komitmen terhadap tujuan jangka panjang organisasi. Hal ini sejalan dengan temuan Bagus dan Wardana (2022) yang menyatakan bahwa *Family Relationship* yang tinggi berperan sebagai modal sosial internal, meminimalkan konflik, memperkuat kerja sama, serta memfasilitasi koordinasi yang efektif.

Dalam kerangka penelitian ini, *family relationship* juga memiliki fungsi mediasi antara karakteristik bisnis keluarga dan resiliensi bisnis. Artinya, karakteristik bisnis keluarga yang kuat akan lebih efektif meningkatkan resiliensi apabila hubungan keluarga dikelola dengan baik. *Family Relationship* yang positif mampu memaksimalkan nilai-nilai yang melekat pada bisnis keluarga sehingga mendukung adaptasi terhadap perubahan, keberlanjutan usaha, dan ketahanan menghadapi tantangan pasar.

2.4 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan terkait dengan karakteristi bisnis keluar jjga dan resiliensi bisnis dengan *Family relationship*.

Tabel 1. Kerangka Pemikiran

No	Judul Penelitian & Peneliti	Metode	Hasil
1.	<i>Vietnamese family business in Vietnam and in Poland: Comparative analysis of trends and characteristics</i> (Tien, 2021)	Metode Kualitatif	Bisnis keluarga Vietnam di polandia leih terdorong untuk internasionalisasi, namun menghadapi tantangan suksesi generasi karena generasi muda lbwih cenderung ingin mengeksploriasi peluang lain. Bisnis keluarga cenderung lebih menjaga tradisi, suksesi berlangsung di pasar domestik.
2.	<i>Resilience in Family Businesses: A Systematic Literature Review</i> (Yilmaz et al., 2024)	<i>Systematic Literature Review</i>	Penelitian ini menunjukan resiliensi bisnis keluarga berbeda dari organisasi non-keluarga, ditopang orientasi jangka Panjang, nilai keluarga, keterlibatan pemilik, modal sosial, inovas, dan pembelajaran lintas generasi
3.	<i>Resilience as Bottom-Line Strategy Towards Business Sustainability: a Review</i> (Bachtiar & Ramli, 2023)	<i>Systematic Literature Review</i>	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa reseiliensi seagai strategi dasardapat mendorong keberlanjutan bisnis melalui empat elemen utama, yaitu kemampuan menghadapi krisis, strategi pertumbuhan bisnis, karakteristik wirausaha, dan kapabilitas bisnis.
4.	<i>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</i> (Chaudhary et al., 2021)	<i>Bibliometric review</i>	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa bisnis keluarga dalam tiga dekade melewati tiga fase : Foundation phase (1989-2005) berfokus pada isu dasar, professionalization phase (2006-2013) pada penguatan teori dan metodologi, serta mature phase (2014-2019) dengan diversifikasi topik seperti inovasi, internasionalisasi , keberlanjutan, dam socioemotional wealth
5.	<i>Trust and reputation in family businesses: A systematic literature review of past achievements and future promises</i> (Pont & Simon, 2024)	<i>Systematic Literature Review (SLR)</i>	Hasil penelitian menunjukan bahwa menjaga citra keluarga, loyalitas pelanggan, dan kualitas produk mendorong strategi efisiensi biaya untuk memperkuat ketahanan ekonomi, dengan socioemotional Wealth (SEW) sebagai pendorong utama Keputusan
6.	<i>Business families in times of crises: The backbone of family firm resilience and</i>	Kuantitatif	Hasil kajian menunjukkan bahwa merupakan sumber utama resiliensi perusahaan keluarga saat krisis, melalui modal sosial

No	Judul Penelitian & Peneliti	Metode	Hasil
	<i>continuity</i> (Calabrò et al., 2021)		keluarga, komitmen jangka panjang, patient capital, tata kelola keluarga, serta solidaritas internal yang kuat, sehingga perusahaan keluarga cenderung lebih adaptif, cepat merespons perubahan, dan mampu bertahan bahkan tumbuh lebih kuat dibanding perusahaan non-keluarga selama masa krisis.

2.5 Hipotesis Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), hipotesis penelitian merupakan suatu pernyataan sementara yang menjelaskan dugaan adanya hubungan antara dua atau lebih variabel. Hipotesis disusun berdasarkan landasan teori dan temuan empiris sebelumnya, sehingga tidak hanya berupa perkiraan, melainkan memiliki dasar ilmiah yang logis dan dapat diuji kebenarannya melalui penelitian. Hipotesis berfungsi sebagai arah bagi peneliti dalam melaksanakan penelitian. Dengan adanya hipotesis, peneliti dapat menentukan variabel yang akan diteliti, merancang instrumen yang relevan, serta memilih metode analisis yang tepat. Hal ini menjadikan hipotesis sebagai pedoman penting agar penelitian berjalan sistematis dan terfokus pada tujuan yang ingin dicapai.

Selain itu, hipotesis juga berperan sebagai penghubung antara teori dengan data lapangan. Teori memberikan kerangka konseptual, sementara hipotesis menurunkannya ke dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji secara empiris. Dengan demikian, hipotesis tidak hanya memperkuat landasan teoritis penelitian, tetapi juga memastikan bahwa hasil penelitian dapat memberikan kontribusi nyata baik secara akademis maupun praktis.

2.5.1 Pengaruh Karakteristik Bisnis Keluarga Terhadap Resiliensi Bisnis

Karakteristik bisnis keluarga merupakan ciri khas yang membedakannya dengan jenis usaha lain. Karakteristik ini mencakup keterlibatan emosional anggota keluarga, kepemilikan lintas generasi, nilai-nilai keluarga yang diturunkan, serta orientasi jangka panjang dalam mengelola usaha. Teori *Socioemotional Wealth* (SEW) menjelaskan bahwa bisnis keluarga tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, melainkan juga mempertahankan identitas keluarga, reputasi, dan kesinambungan dinasti keluarga (Gómez-Mejía *et al.*, 2007). Dengan demikian, karakteristik ini menciptakan keunggulan dalam bentuk loyalitas internal, fleksibilitas dalam pengambilan keputusan, serta komitmen yang kuat untuk bertahan dalam jangka panjang.

Dalam konteks resiliensi bisnis, karakteristik keluarga tersebut berfungsi sebagai fondasi yang memperkuat ketahanan organisasi. Calabrò *et al.* (2021) menegaskan bahwa perusahaan keluarga memiliki kelebihan dalam menghadapi krisis karena ditopang oleh kombinasi modal sosial, ikatan emosional, dan strategi jangka panjang yang diwariskan. Artinya, semakin kuat karakteristik bisnis keluarga, semakin tinggi pula kemampuan usaha untuk bertahan, beradaptasi, dan bahkan berkembang dalam situasi penuh ketidakpastian. hipotesis ini berangkat dari asumsi bahwa karakteristik bisnis keluarga akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi bisnis. Oleh karena itu, hipotesis pertama dari penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

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

2.5.2 Pengaruh Karakteristik bisnis keluarga terhadap *family relationship*.

Karakteristik bisnis keluarga tidak hanya menyangkut orientasi bisnis, tetapi juga membentuk interaksi dan hubungan emosional antar anggota keluarga

yang terlibat di dalamnya. Teori Sistem Keluarga Bowen menjelaskan bahwa keluarga merupakan satu kesatuan emosional, di mana keterlibatan antar anggota keluarga dalam bisnis akan memperkuat hubungan emosional, komunikasi, serta rasa saling percaya (Bowen, 1978). Dengan adanya kepemilikan bersama, keterlibatan generasi, serta nilai-nilai keluarga yang diwariskan, maka karakteristik bisnis keluarga berkontribusi langsung terhadap kualitas *family relationship*.

Kualitas hubungan keluarga dalam bisnis keluarga akan tercermin dari adanya komunikasi terbuka, solidaritas, serta komitmen bersama untuk menjaga kesinambungan usaha (Pont & Simon, 2024). Artinya, semakin kuat karakteristik bisnis keluarga, semakin harmonis pula hubungan yang tercipta di antara anggota keluarga. Dengan demikian, hipotesis ini menegaskan bahwa karakteristik bisnis keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *family relationship*, karena nilai-nilai yang melekat dalam bisnis keluarga secara alamiah memperkuat ikatan sosial internal yang dimiliki keluarga tersebut. Dengan demikian dari hipotesis kedua dari penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

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

2.5.3 Pengaruh Family Relationship terhadap Resiliensi Bisnis

Hubungan keluarga yang harmonis berperan penting dalam membentuk daya tahan bisnis keluarga. Organizational Resilience Theory menjelaskan bahwa kekuatan modal sosial internal—yang terwujud dalam bentuk kepercayaan, kohesi emosional, dan komunikasi efektif—dapat meningkatkan kemampuan organisasi untuk merespons perubahan dan mengatasi krisis. Dalam konteks bisnis keluarga, hubungan yang solid memudahkan koordinasi, mempercepat pengambilan keputusan, dan meminimalkan konflik internal.

Penelitian oleh Bachtiar dan Ramli (2023) menunjukkan bahwa ketika anggota keluarga memiliki hubungan yang baik, mereka cenderung saling

mendukung, terbuka terhadap ide baru, dan mau bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Keadaan ini memperbesar peluang bagi bisnis untuk melakukan adaptasi strategi, diversifikasi produk, atau inovasi layanan dalam menghadapi tekanan eksternal. Selain itu, dukungan emosional antar anggota keluarga dapat mengurangi stres dan meningkatkan motivasi dalam situasi sulit.

Namun, hubungan yang buruk dapat menghambat upaya adaptasi dan bahkan menjadi sumber krisis internal. Konflik yang tidak terselesaikan berpotensi mengalihkan fokus dari strategi bisnis ke masalah pribadi, sehingga mengurangi kemampuan organisasi untuk bertahan. Oleh karena itu, kualitas hubungan keluarga yang baik tidak hanya menjadi penunjang moral, tetapi juga menjadi faktor penentu keberhasilan strategi resiliensi. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dari penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

H3: *Family Relationship* berpengaruh positif terhadap Resiliensi Bisnis

2.5.4 Peran Mediasi *Family Relationship* Antara Karakteristik Bisnis Keluarga terhadap Resiliensi Bisnis

Family relationship berperan penting sebagai jembatan yang menghubungkan karakteristik bisnis keluarga dengan resiliensi bisnis. Dalam perspektif *Resource-Based View* (RBV), hubungan keluarga yang harmonis merupakan aset unik yang sulit ditiru oleh pesaing, dan dapat mengubah karakteristik bisnis keluarga menjadi kekuatan yang memperkuat daya tahan usaha (Habbershon & Williams, 1999). Dengan adanya komunikasi terbuka, rasa percaya, dan solidaritas, nilai-nilai keluarga yang melekat dalam bisnis dapat diterjemahkan menjadi strategi adaptif yang meningkatkan resiliensi (Calabrò *et al.*, 2021).

Namun, hubungan keluarga yang tidak harmonis justru berpotensi menjadi penghalang. Ketika relasi keluarga dipenuhi konflik, karakteristik bisnis keluarga seperti keterlibatan emosional dan orientasi jangka panjang bisa berubah menjadi hambatan karena menimbulkan resistensi terhadap

perubahan (Calabrò *et al.*, 2021). Oleh karena itu, hipotesis ini menegaskan bahwa *family relationship* tidak hanya berpengaruh langsung terhadap resiliensi, tetapi juga bertindak sebagai variabel mediasi yang memperkuat atau melemahkan pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis. Oleh karena itu, hipotesis keempat dari penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

H4: *Family relationship* memediasi secara positif dan signifikan pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis.

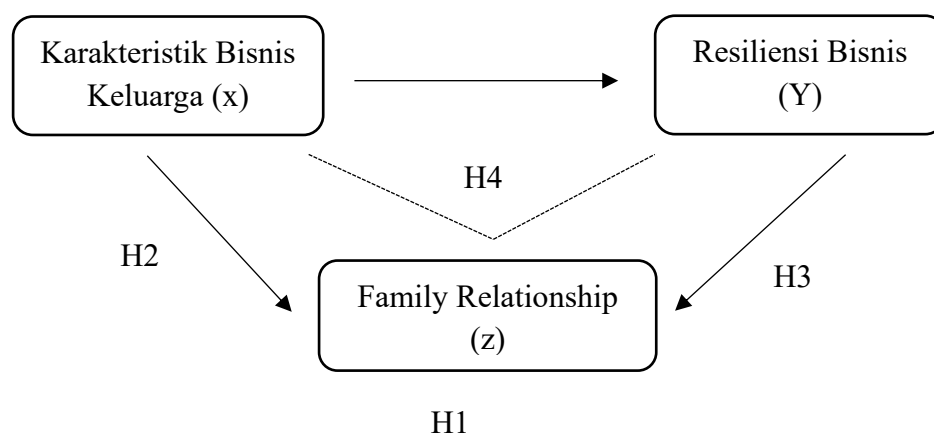
2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dibangun untuk menjelaskan hubungan antara karakteristik bisnis keluarga, resiliensi bisnis, dan *family relationship* sebagai variabel mediasi. Karakteristik bisnis keluarga diduga memiliki pengaruh positif terhadap resiliensi bisnis. Menurut teori *Socioemotional Wealth (SEW)*, perusahaan keluarga mempertahankan nilai-nilai non-ekonomi seperti identitas keluarga, reputasi, kesinambungan generasi, dan hubungan emosional antaranggota keluarga (Gómez-Mejía *et al.*, 2007). Nilai-nilai ini mendorong orientasi jangka panjang, fleksibilitas dalam pengambilan keputusan, dan kemampuan beradaptasi dalam menghadapi tantangan. Penelitian Calabrò *et al.* (2021) menunjukkan bahwa karakteristik tersebut dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang meningkatkan daya tahan bisnis dalam situasi krisis.

Selain itu, karakteristik bisnis keluarga diperkirakan memengaruhi *family relationship*. Berdasarkan Teori Sistem Keluarga Bowen, keterlibatan anggota keluarga dalam kepemilikan dan pengelolaan usaha memperkuat ikatan emosional, komunikasi yang terbuka, rasa saling percaya, dan solidaritas (Pont & Simon, 2024). Hubungan yang harmonis dalam keluarga yang terlibat di bisnis menciptakan lingkungan yang kondusif untuk kerja sama dan pengambilan keputusan bersama.

Family relationship selanjutnya diperkirakan memiliki pengaruh positif terhadap resiliensi bisnis. *Organizational Resilience Theory* menekankan pentingnya modal sosial internal, seperti hubungan yang harmonis antar anggota keluarga, untuk meningkatkan kemampuan organisasi dalam merespons krisis, mengambil keputusan strategis, dan beradaptasi dengan perubahan (Bachtiar & Ramli, 2023). Hubungan keluarga yang baik dapat meminimalkan konflik internal, mempercepat koordinasi, dan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam situasi sulit.

Lebih lanjut, *family relationship* berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara karakteristik bisnis keluarga dan resiliensi bisnis. Berdasarkan *Resource-Based View (RBV)*, *family relationship* yang harmonis merupakan sumber daya unik yang sulit ditiru oleh pesaing dan dapat memperkuat pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis (Calabrò *et al.*, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh positif karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis akan lebih optimal apabila didukung oleh hubungan keluarga yang berkualitas.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Pendekatan ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian yang terstandar, serta analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan utama untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dengan demikian, penelitian kuantitatif menekankan pada aspek pengukuran yang objektif, terstruktur, dan terkontrol agar hasilnya dapat digeneralisasikan. Data-data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Pada penelitian ini, peneliti ingin mendapatkan informasi mengenai pengaruh variabel independen karakteristik bisnis keluarga terhadap variabel dependen resiliensi bisnis melalui *family relationship* sebagai variabel mediasi mediasi dan melakukan pengujian hipotesis pada penelitian. Berdasarkan rumusan masalah yang dibuat, penelitian ini menggunakan metode pendekatan asosiatif yang menjelaskan pengaruh sebab akibat dari pengaruh dua variabel atau lebih. Sehingga, penggunaan metode pendekatan asosiatif pada penelitian ini dikarenakan ingin menguji mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh antara dua atau lebih variable yaitu, karakteristik Bisnis Keluarga dengan variabel yang dipengaruhi yaitu Resiliensi Bisnis.

3.2 Sumber Data

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), sumber data penelitian dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden melalui instrumen penelitian yang disusun peneliti. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pemilik atau pengelola UMKM keluarga di Kota Bandar Lampung yang memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner berisi pernyataan-pernyataan yang disusun berdasarkan indikator variabel karakteristik bisnis keluarga, resiliensi bisnis, dan *family relationship*.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan yang berbeda dengan penelitian ini. Data tersebut dapat berupa publikasi resmi pemerintah, laporan lembaga, jurnal ilmiah, buku, maupun literatur lain yang relevan dengan topik penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teori serta mendukung analisis hasil penelitian. Contoh data sekunder yang digunakan adalah laporan Badan Pusat Statistik (BPS), data Dinas Koperasi dan UMKM kota Bandar Lampung, serta hasil penelitian terdahulu terkait bisnis keluarga dan resiliensi organisasi.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui beberapa cara, yaitu wawancara, observasi, eksperimen, maupun kuesioner. Dalam penelitian kuantitatif, metode kuesioner merupakan salah satu teknik yang paling sering digunakan karena memungkinkan peneliti memperoleh data dari responden dalam jumlah besar dengan waktu relatif singkat. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini

menggunakan kuesioner tertutup sebagai teknik utama pengumpulan data primer. Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel penelitian yang mencakup karakteristik bisnis keluarga, resiliensi bisnis, dan *family relationship*. Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert lima poin, dengan kategori sebagai berikut:

Tabel 2. Skala *Likert*

No	Skala <i>Likert</i>	Singkatan	Bobot Nilai
1.	Sangat Tidak Setuju	(STS)	1
2.	Tidak Setuju	(TS)	2
3.	Netral	(N)	3
4.	Setuju	(S)	4
5.	Sangat Setuju	(SS)	5

Observasi dilakukan dengan melihat langsung objek yang akan diteliti sehingga didapatkan gambaran yang jelas. Studi literatur dan kepustakaan dilakukan untuk mengenali objek secara teoritis terhadap masalah masalah yang berhubungan dengan penulisan, yaitu melalui studi pustaka dari berbagai jurnal ilmiah dan skripsi, artikel-artikel yang relevan, serta sumber sumber lain yang mendukung untuk memperoleh data sekunder.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), populasi adalah keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal yang menjadi pusat perhatian peneliti dan dari mana data akan diperoleh. Sedangkan menurut Sugiyono (2018), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan kata lain, populasi tidak hanya terbatas pada jumlah individu, melainkan juga mencakup sifat atau karakteristik yang dimiliki objek atau subjek tersebut.

Berdasarkan definisi tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM keluarga yang berada di daerah Bandar Lampung dan dikelola oleh anggota keluarga. Kelompok ini dipilih karena UMKM keluarga memiliki peran dominan dalam perekonomian daerah, menyerap banyak tenaga kerja, serta menjadi bentuk usaha yang paling umum dijalankan masyarakat. Selain itu, UMKM keluarga di Bandar Lampung menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan pasar, keterbatasan modal, dan dampak perubahan ekonomi, sehingga relevan untuk diteliti dalam konteks resiliensi bisnis. Dengan demikian, populasi ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang representatif mengenai bagaimana karakteristik bisnis keluarga dan hubungan antar anggota keluarga memengaruhi ketahanan usaha dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018), Dalam penelitian kuantitatif, sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu. Apabila populasi terlalu besar dan tidak memungkinkan untuk diteliti secara keseluruhan karena keterbatasan waktu, tenaga, maupun biaya, maka peneliti dapat menggunakan sebagian populasi sebagai sampel. Hasil penelitian yang diperoleh dari sampel tersebut dapat digeneralisasikan untuk seluruh populasi, asalkan sampel yang dipilih benar-benar representatif atau mampu mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena tidak semua UMKM di Kota Bandar Lampung memenuhi kriteria sebagai bisnis

keluarga. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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.
4. Jenis usaha bergerak dalam sektor perdagangan, kuliner, dan jasa karena sektor tersebut mendominasi aktivitas UMKM keluarga di Kota Bandar Lampung.

Untuk menentukan ukuran sampel digunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan (e) 10% sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)} = \frac{30.940}{1 + 30.940 \cdot (0,1^2)} = \frac{30.940}{310,4} = 99,65 \text{ dibulatkan } 100 \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi (UMKM Bandar Lampung)

e = tingkat kesalahan (10% = 0,1)

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Lampung tahun 2023, jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung tercatat sebanyak 30.940 unit usaha. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan (*error tolerance*) sebesar 10%. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa ukuran sampel yang dibutuhkan adalah sekitar 100 responden. Jumlah tersebut diharapkan mampu merepresentasikan karakteristik populasi UMKM keluarga di Kota Bandar Lampung secara akurat, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan tingkat kepercayaan yang tinggi.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), variabel merupakan konsep yang memiliki nilai yang bervariasi dan dapat diukur untuk dianalisis dalam penelitian. Variabel berfungsi sebagai objek pengamatan yang menjelaskan hubungan kausal antarfenomena. Dalam penelitian kuantitatif, variabel dibedakan menjadi variabel independen (bebas), variabel dependen (terikat), serta variabel mediasi atau perantara. Variabel ini dipilih untuk menilai pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap hasil yang diukur dan dianalisis untuk mengidentifikasi pengaruh signifikan dan efek yang ditimbulkan.

3.5.1 Variabel Bebas (Independen)

Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahan terhadap variabel lain (Sekaran & Bougie, 2016). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Karakteristik Bisnis Keluarga yang diberi simbol (X). Karakteristik bisnis keluarga dipahami sebagai ciri khas yang membedakan usaha keluarga dari jenis usaha lain, terutama dari segi kepemilikan, keterlibatan anggota keluarga dalam pengelolaan, serta orientasi keberlanjutan lintas generasi (Habbershon & Williams, 1999). Variabel ini dipilih karena karakteristik khas tersebut diyakini berpengaruh terhadap tingkat resiliensi yang dimiliki oleh sebuah bisnis.

3.5.2 Variabel (Dependen)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau menjadi hasil dari variabel lain (Sekaran & Bougie, 2016). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Resiliensi Bisnis yang diberi simbol (Y). Resiliensi bisnis didefinisikan sebagai kemampuan suatu usaha untuk beradaptasi, bertahan, serta bangkit kembali dari tekanan maupun krisis

yang dihadapi (Lengnick-Hall & Beck, 2005) . Resiliensi penting bagi UMKM keluarga karena menentukan kelangsungan usaha dalam jangka panjang.

3.5.3 Variabel Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Sekaran & Bougie, 2016). Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah *Family Relationship* yang diberi symbol (z). *Family relationship* merujuk pada kualitas interaksi, komunikasi, kepercayaan, dan dukungan emosional antaranggota keluarga yang terlibat dalam usaha. Hubungan keluarga yang harmonis diyakini dapat memperkuat pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis (Pont & Simon, 2024). Dengan demikian, *family relationship* berfungsi sebagai perantara yang memediasi hubungan antara karakteristik bisnis keluarga dan resiliensi bisnis.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. Tabel Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
	Ciri khas usaha keluarga yang mencakup kepemilikan, keterlibatan manajemen, dan orientasi keberlanjutan lintas generasi (Habbershon & Williams, 1999)	Kesetaraan gender	1. Usaha kami memberi kesempatan kepada anggota keluarga perempuan untuk mengelola/memimpin usaha 2. Pimpinan usaha keluarga yang perempuan dinilai sama kualitasnya dengan laki-laki 3. Keterlibatan anggota keluarga perempuan dalam usaha kami dinilai sama pentingnya dengan keterlibatan anggota keluarga laki-laki 4. Pasangan memainkan peran penting dalam pengelolaan usaha keluarga	Likert
		Misi Keluarga	1. Tujuan utama usaha kami adalah mempekerjakan anggota keluarga 2. Tujuan utama usaha kami adalah mewariskan kepada generasi berikutnya 3. Tujuan utama usaha kami adalah mengumpulkan kekayaan untuk keluarga	
		Kontrol keluarga	1. Dalam mengangkat karyawan senior, keanggotaan keluarga menjadi pertimbangan utama 2. Dalam mengangkat karyawan senior, kepemilikan dan kendali keluarga menjadi pertimbangan utama 3. Operasi usaha sehari-hari menjadi tanggung jawab anggota keluarga	

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		Struktur manajemen formal	1. Spesifikasi/rincian pekerjaan untuk tim manajemen usaha sudah dibuat secara tertulis 2. Spesifikasi/rincian pekerjaan untuk tim manajemen usaha didefinisikan dengan baik 3. Anggota tim manajemen usaha menghadiri program pelatihan formal.	
		Pengaruh eksternal	1. Tim Manajemen usaha mencari saran dari pihak luar dalam mengambil Spesifikasi/rincian pekerjaan untuk tim manajemen usaha didefinisikan dengan baik penting. 2. Anggota keluarga harus memiliki pengalaman kerja di luar/tempat lain sebelum bergabung dalam usaha kami 3. Anggota keluarga dipekerjakan jika keterampilan dan pengalaman mereka sesuai dengan lowongan yang ada di usaha kami (Smyrnios <i>et al.</i> , 1998)	
Resiliensi Bisnis (Y)	Resiliensi bisnis adalah kemampuan suatu usaha untuk beradaptasi, bertahan, dan pulih dari berbagai bentuk tekanan atau krisis (Bachtiar & Ramli, 2023)		1. Kami tetap menjalankan usaha seperti biasa meskipun menghadapi tantangan (seperti pasar lesu, pandemi covid atau tantangan usaha lainnya) 2. Usaha kami tetap tangguh karena kami menganggap tantangan (seperti pasar lesu, pandemi covid atau tantangan usaha lainnya) harus dihadapi secara positif daripada ditakuti 3. Kami yakin membangun jaringan usaha penting untuk ketahanan usaha kami 4. Adanya catatan akuntansi/keuangan usaha yang lengkap berdampak terhadap ketahanan usaha kami (Lestari <i>et al.</i> , 2024)	Likert

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Family Relationship</i> (Z)	<i>Family relationship</i> atau hubungan keluarga merujuk pada kualitas interaksi, komunikasi, serta dukungan emosional antaranggota keluarga yang terlibat dalam usaha (Pont & Simon, 2024)	.Kohesi	1. Di keluarga kami, kami saling membantu dan mendukung satu sama lain 2. Di keluarga kami, kami menghabiskan banyak waktu melakukan berbagai hal bersama di rumah. 3. Di keluarga kami, kami bekerja keras dalam segala hal yang kami lakukan di rumah 4. Di keluarga kami ada rasa kebersamaan. 5. Anggota keluarga kami saling mendukung satu sama lain. 6. Saya bangga menjadi bagian dari keluarga kami. 7. Di keluarga kami, kami sangat rukun satu sama lain	
		ekspresi	1. Di keluarga kami, kami dapat berbicara secara terbuka di rumah. 2. Di keluarga kami, terkadang kami saling bercerita tentang masalah pribadi kami. 3. Di keluarga kami, kami mudah memulai percakapan.	
		konflik	1. Di dalam keluarga, kami sering bertengkar satu sama lain 2. Di dalam keluarga, kami sering marah satu sama lain.. 3. Di dalam keluarga, kami sering kehilangan kesabaran. 4. Di dalam keluarga, kami sering merendahkan satu sama lain 5. Di dalam keluarga, terkadang ada anggota keluarga kami yang kasar. 6. Di dalam keluarga, kami meninggikan suara Ketika marah (Ching thing fok <i>et al.</i> , 2011)	

3.7 Uji Coba Instrumen (Pilot Test)

Menurut Sugiyono (2017), uji coba instrumen atau *pilot test* merupakan tahap awal yang dilakukan peneliti untuk mengetahui apakah instrumen penelitian layak digunakan dalam penelitian utama. Uji coba ini biasanya dilakukan pada sekitar 30 responden yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian. Penggunaan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data diharapkan mampu menghasilkan temuan penelitian yang juga valid dan reliabel. Instrumen yang memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas memang menjadi syarat utama dalam memperoleh data penelitian yang berkualitas. Namun demikian, hal tersebut tidak secara otomatis menjamin bahwa hasil penelitian pasti valid dan reliabel, karena tetap dipengaruhi oleh kondisi objek yang diteliti serta keterampilan peneliti dalam menggunakan instrumen. Oleh sebab itu, peneliti perlu mengendalikan variabel penelitian secara tepat sekaligus meningkatkan kemampuan dalam mengelola instrumen agar dapat mengukur variabel secara akurat. Senada dengan itu, Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa *pilot test* bertujuan untuk memastikan bahwa item pertanyaan dalam instrumen dapat dipahami dengan baik oleh responden, serta mengidentifikasi adanya kesalahan redaksi, ambiguitas, atau kelemahan yang dapat menurunkan kualitas data. Dengan demikian, *pilot test* merupakan langkah penting sebelum instrumen digunakan dalam penelitian utama untuk menjamin kejelasan, kelayakan, dan kualitas instrumen penelitian.

3.7.1 Teknik Pelaksanaan *Pilot Test*

Dalam penelitian ini, pilot test dilaksanakan pada 30 responden yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian, yaitu pemilik UMKM keluarga yang dikelola oleh anggota keluarga di Kota Bandar Lampung. Pemilihan responden dilakukan dengan teknik *purposive*

sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sekaran & Bougie, 2016).

Instrumen yang diuji berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju). Kuesioner ini mencakup tiga variabel penelitian, yaitu karakteristik bisnis keluarga (X), *family relationship* (Z), dan resiliensi bisnis (Y). Proses uji coba dilakukan melalui tahapan berikut:

1. Penyebaran kuesioner kepada responden terpilih sesuai kriteria penelitian.
2. Pengumpulan data hasil pengisian kuesioner.
3. Uji validitas dengan mengorelasikan skor setiap butir pertanyaan terhadap total skor variabel menggunakan analisis korelasi Pearson (product moment). Butir pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi (r hitung) lebih besar daripada nilai r tabel ($df = n-2$, $\alpha = 0,05$). Pada penelitian ini, dengan jumlah responden 30, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,361. Dengan demikian, butir pernyataan yang memiliki r hitung $> 0,361$ dinyatakan valid.
4. Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR). Menurut (Hair *et al.*, 2021), suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* maupun CR lebih besar dari 0,70. Jika terdapat item yang tidak reliabel, maka item tersebut akan direvisi atau dieliminasi sebelum digunakan dalam penelitian utama.

3.7.2 Uji Validitas Pilot Test

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang disusun mampu mengukur konstruk yang dimaksud. Instrumen yang valid akan mencerminkan keakuratan hubungan antara indikator dengan konsep teoritis.

Untuk mengukur tingkat validitas data pilot test pada penelitian ini, analisis dilakukan menggunakan koefisien korelasi dengan bantuan software SPSS. Uji validitas dilakukan dengan mengorelasikan setiap item pertanyaan terhadap total skor variabel melalui uji korelasi Pearson atau rumus korelasi *product moment*. Nilai korelasi (r_{xy}) yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel *product moment* pada taraf signifikansi 0,05. Apabila $r_{xy} > r$ tabel, maka item pernyataan dinyatakan valid, sedangkan item yang memiliki nilai korelasi lebih rendah dianggap gugur dan tidak digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan nilai r tabel yang dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 30, $df = (n-2)$ sehingga didapatkan r tabel sebesar 0,361. Berikut hasil pengujian validitas dalam penelitian:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Karakteristik Bisnis Keluarga

Butir	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
Kbk1	0,567	0,361	Valid
Kbk2	0,488	0,361	Valid
Kbk3	0,675	0,361	Valid
Kbk4	0,812	0,361	Valid
Kbk5	0,695	0,361	Valid
Kbk6	0,741	0,361	Valid
Kbk7	0,697	0,361	Valid
Kbk8	0,737	0,361	Valid
Kbk9	0,704	0,361	Valid
Kbk10	0,588	0,361	Valid
Kbk11	0,540	0,361	Valid
Kbk12	0,547	0,361	Valid
Kbk13	0,663	0,361	Valid
Kbk14	0,535	0,361	Valid
Kbk15	0,478	0,361	Valid

Butir	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
Kbk16	0,646	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas terhadap variabel karakteristik bisnis keluarga yang terdiri dari 16 butir pernyataan dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid. Semua butir pernyataan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel *Family Relationship*

Butir	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
Frp1	0,771	0,361	Valid
Frp2	0,539	0,361	Valid
Frp3	0,646	0,361	Valid
Frp4	0,521	0,361	Valid
Frp5	0,626	0,361	Valid
Frp6	0,517	0,361	Valid
Frp7	0,726	0,361	Valid
Frp8	0,689	0,361	Valid
Frp9	0,726	0,361	Valid
Frp10	0,765	0,361	Valid
Frp11	0,523	0,361	Valid
Frp12	0,512	0,361	Valid
Frp13	0,479	0,361	Valid
Frp14	0,447	0,361	Valid
Frp15	0,445	0,361	Valid
Frp16	0,462	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan perhitungan uji validitas terhadap variabel *Family Relationship* di atas yang terdiri dari 16 butir pernyataan diketahui bahwa semua butir pernyataan yang diuji dalam uji validitas telah memenuhi syarat valid karena nilai r hitung yang dihasilkan di atas nilai r tabel. Semua pernyataan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Resiliensi Bisnis

Butir	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
Rbs1	0,705	0,361	Valid
Rbs 2	0,777	0,361	Valid
Rbs 3	0,653	0,361	Valid
Rbs4	0,438	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan perhitungan uji validitas terhadap variabel *Family Relationship* di atas yang terdiri dari 16 butir pernyataan diketahui bahwa semua butir pernyataan yang diuji dalam uji validitas telah memenuhi syarat valid karena nilai r hitung yang dihasilkan di atas nilai r tabel. Semua pernyataan dapat digunakan dalam penelitian

3.7.3 Uji Reliabilitas *Pilot Test*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), reliabilitas adalah konsistensi suatu instrumen dalam mengukur konstruk yang sama pada waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang stabil dan konsisten, sehingga layak digunakan dalam penelitian utama. Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa item-item dalam kuesioner saling berkorelasi positif dan mampu mengukur variabel secara konsisten. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas pada tahap *pilot test* dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability (CR)*. Menurut Hair *et al.* (2021), suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha dan CR lebih besar dari 0,70.

Tabel 7. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Kritis	Keterangan
Karakteristik Bisnis Keluarga	0,755	>0,70	Reliabel
Resiliensi Bisnis	0,746	>0,70	Reliabel
Family Relationship	0,740	>0,70	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tahap *pilot test*, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,744 untuk variabel Karakteristik Bisnis Keluarga, 0,862 untuk variabel Resiliensi Bisnis, dan 1,260 untuk variabel *Family Relationship*. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel memiliki konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian utama.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan tahap penting dalam penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengolah data hasil kuesioner sehingga dapat digunakan dalam menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah diajukan. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Menurut Hair et al. (2021), teknik analisis data dalam pendekatan *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) terdiri dari dua tahap utama, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*).

1. Menurut Hair et al. (2021), evaluasi model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk menilai kualitas dan kelayakan indikator dalam menjelaskan konstruk laten (variabel yang tidak dapat diukur secara

langsung). Tujuan utama dari evaluasi ini adalah memastikan bahwa setiap indikator dalam kuesioner benar-benar valid dan reliabel, sehingga dapat menggambarkan konstruk penelitian secara tepat.

2. Menurut Hair et al. (2021), evaluasi model struktural (*inner model*) bertujuan untuk menilai hubungan antar konstruk laten (variabel) dalam model penelitian, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Model struktural menunjukkan seberapa kuat pengaruh antar variabel dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

3.9 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

3.9.1 Uji Validitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), Uji validitas adalah uji tentang seberapa baik suatu instrumen yang dikembangkan mengukur konsep tertentu yang ingin diukur. Jadi dengan melakukan uji validitas maka bisa dilihat seberapa baik instrumen tersebut dapat mengukur suatu penelitian. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2023) Validitas menunjukkan sejauh mana data yang diperoleh dalam penelitian mencerminkan kondisi sebenarnya dari objek yang diteliti. Dengan kata lain, data dikatakan valid apabila hasil yang dilaporkan oleh peneliti sesuai dan tidak berbeda dari keadaan nyata pada objek penelitian.

1. Uji validitas konvergen

Uji validitas konvergen bertujuan untuk mengukur sejauh mana indikator-indikator yang digunakan dalam suatu konstruk memiliki korelasi yang tinggi dan benar-benar mengukur konsep yang sama. Dengan kata lain, validitas konvergen memastikan bahwa setiap indikator yang membentuk konstruk laten mampu merepresentasikan konsep yang diukur secara konsisten. Menurut Hair et al. (2021), validitas konvergen dapat dinilai melalui dua ukuran utama, yaitu *Outer Loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. *Outer Loading* menunjukkan besarnya korelasi antara indikator dengan konstruk laten yang diukurnya. Suatu indikator dinyatakan memiliki validitas

yang baik apabila nilai *loading factor* $> 0,70$. Namun, nilai antara 0,50 hingga 0,70 masih dapat diterima apabila konstruk secara keseluruhan telah memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas. Sebaliknya, apabila nilai loading $< 0,40$, maka indikator tersebut disarankan untuk dihapus karena kontribusinya terhadap konstruk sangat rendah. *Average Variance Extracted* (AVE) digunakan untuk mengukur proporsi varians indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk laten. Nilai AVE $> 0,50$ menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians indikator dijelaskan oleh konstruk yang diukur, sehingga konstruk tersebut dianggap memiliki validitas konvergen yang baik.

2. Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model benar-benar berbeda satu sama lain, sehingga tidak terjadi tumpang tindih antar konstruk. Validitas ini penting untuk membuktikan bahwa setiap konstruk mengukur konsep yang unik dan terpisah dari konstruk lain. Menurut Hair et al. (2021), terdapat dua pendekatan yang umum digunakan dalam menilai validitas diskriminan, yaitu *Fornell-Larcker Criterion*, yaitu dengan membandingkan akar kuadrat dari nilai AVE masing-masing konstruk dengan korelasi antar konstruk. Suatu konstruk dikatakan memenuhi validitas diskriminan apabila akar kuadrat dari AVE lebih besar daripada korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. *Cross Loading*, yaitu dengan memeriksa nilai loading factor dari setiap indikator pada seluruh konstruk. Validitas diskriminan terpenuhi apabila nilai loading suatu indikator pada konstruk yang diukur lebih tinggi dibandingkan dengan nilai loading pada konstruk lainnya.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu instrumen dalam mengukur konstruk yang sama secara berulang. Dengan kata lain, reliabilitas mengukur sejauh mana alat ukur dapat menghasilkan data yang stabil dan konsisten jika digunakan pada kondisi

yang sama. Instrumen yang reliabel akan memberikan hasil yang serupa meskipun diuji berkali-kali. Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Instrumen dikatakan reliabel apabila memberikan hasil pengukuran yang stabil dan konsisten jika digunakan berulang kali pada kondisi yang sama (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji menggunakan SmartPLS melalui dua pendekatan, yaitu *Composite Reliability (CR)* dan *Cronbach's Alpha (CA)*.

1. *Cronbach's Alpha (CA)*.

Cronbach's Alpha digunakan untuk menilai konsistensi internal indikator-indikator dalam suatu konstruk. Nilai $CA \geq 0,7$ menunjukkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

2. *Composite Reliability (CR)*

Composite Reliability juga digunakan untuk mengukur konsistensi internal konstruk dan lebih sesuai untuk model berbasis PLS-SEM dibandingkan *Cronbach's Alpha*. Nilai $CR \geq 0,70$ menunjukkan bahwa konstruk tersebut reliabel

Kuisisioner yang memenuhi syarat CA dan CR dapat dipakai sebagai alat ukur yang handal dalam penelitian, dan data yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.10 Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah dilakukan pengujian terhadap model pengukuran (*outer model*) dan memastikan bahwa seluruh konstruk memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai, tahap selanjutnya adalah menguji model struktural atau inner model. Uji model struktural bertujuan untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel laten dalam penelitian, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan kata lain, uji ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

Dalam penelitian ini, uji model struktural dilakukan dengan menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS) melalui aplikasi SmartPLS. Penilaian terhadap inner model dilakukan melalui beberapa kriteria utama, antara lain koefisien determinasi (R^2), nilai *path coefficient*, dan nilai t-statistik yang dihasilkan melalui prosedur bootstrapping. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen.

Selain itu, *path coefficient* menggambarkan besarnya pengaruh antar variabel laten. Nilai *path coefficient* yang positif menunjukkan hubungan searah antara variabel, sedangkan nilai negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan. Untuk menguji signifikansi pengaruh tersebut, dilakukan pengujian dengan t-statistik melalui prosedur *bootstrapping*. Pengaruh dianggap signifikan apabila nilai t-statistik lebih besar dari nilai kritis (umumnya 1,96 pada taraf signifikansi 5%).

Dalam penelitian yang melibatkan variabel mediasi, uji model struktural juga mencakup analisis *indirect effect*. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mediasi mampu menjembatani pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila pengaruh tidak langsung signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa mediasi tidak terjadi atau bersifat parsial.

3.11 Uji Hipotesis

Menurut Ghazali (2018), uji hipotesis dalam penelitian berbasis *Partial Least Squares* dan menghitung nilai t. Uji ini dilakukan setelah model struktural (*inner model*) dinyatakan valid dan reliabel. Dalam penelitian ini, uji hipotesis dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis *path coefficient* yang menunjukkan arah dan kekuatan hubungan antar variabel, serta melalui nilai t-statistik yang diperoleh dari prosedur *bootstrapping*. Hipotesis dianggap diterima jika nilai path coefficient menunjukkan arah hubungan yang sesuai dengan hipotesis dan nilai t-statistik lebih besar dari 1,96 pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Sebaliknya, jika t-statistik kurang dari 1,96, hipotesis ditolak, yang berarti pengaruh antar variabel tidak signifikan secara statistik.

Selain pengujian pengaruh langsung, penelitian ini juga menguji pengaruh tidak langsung atau mediasi. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel mediasi mampu menjembatani pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengaruh mediasi dikatakan signifikan apabila nilai indirect effect signifikan berdasarkan hasil bootstrapping.

Hasil uji hipotesis memberikan informasi mengenai hubungan sebab-akibat antar variabel, sehingga dapat digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai validitas hipotesis penelitian. Dengan demikian, uji hipotesis tidak hanya menegaskan hubungan antar variabel, tetapi juga membantu peneliti memahami mekanisme pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara langsung maupun melalui mediasi.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh karakteristik bisnis keluarga terhadap resiliensi bisnis dengan *family relationship* sebagai variabel mediasi dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Karakteristik bisnis keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi bisnis UMKM berbasis bisnis keluarga di Bandar Lampung. Hal ini signifikan terhadap rumusan hipotesis pertama, sehingga hipotesis pertama diterima atau didukung
2. Karakteristik bisnis keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Family Relationship* UMKM berbasis bisnis keluarga di Bandar Lampung. Hal ini mendukung hipotesis pertama yang artinya, karakteristik bisnis keluarga mempengaruhi *Family Relationship* secara signifikan keseluruhan. Sehingga, hipotesis kedua diterima atau didukung.
3. *Family Relationship* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Resiliensi Bisnis UMKM berbasis bisnis keluarga di Bandar Lampung. Hal ini mendukung hipotesis ketiga yang artinya, *Family Relationship* mempengaruhi Resiliensi Bisnis secara signifikan keseluruhan. Sehingga, hipotesis ketiga diterima atau didukung.
4. *Family Relationship* sebagai variabel mediasi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan antara Karakteristik Bisnis Keluarga terhadap Resiliensi Bisnis UMKM berbasis bisnis keluarga di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Dengan mempertimbangkan temuan dari analisis dan pembahasan berikut, rekomendasi atau saran diberikan sebagai berikut:

1. Karakteristik Bisnis Keluarga

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa karakteristik bisnis keluarga berpengaruh positif terhadap resiliensi bisnis, maka pemilik UMKM berbasis keluarga disarankan untuk terus memperkuat ciri khas internal usaha. Pemilik dapat meningkatkan profesionalisme melalui pembagian tugas yang jelas, pelatihan pada anggota keluarga, serta pengelolaan usaha yang mengutamakan nilai-nilai keluarga seperti kepercayaan dan komitmen jangka panjang. Penguatan karakteristik ini penting untuk menjaga keberlanjutan usaha serta memastikan kesiapan menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

2. *Family Relationship*

Meskipun hubungan keluarga berpengaruh positif terhadap resiliensi bisnis, penelitian menunjukkan bahwa variabel ini tidak memediasi hubungan antara karakteristik bisnis keluarga dan resiliensi. Oleh karena itu, pemilik usaha disarankan untuk lebih memperhatikan kualitas hubungan keluarga, terutama dalam hal komunikasi yang terbuka, penyelesaian konflik, dan pengurangan potensi ketegangan dalam pengelolaan usaha. Hubungan keluarga yang harmonis tetap penting karena dapat meningkatkan suasana kerja, memperkuat solidaritas, dan meminimalkan konflik yang dapat menghambat perkembangan usaha.

3. Resiliensi Bisnis

Karena resiliensi bisnis dipengaruhi langsung oleh karakteristik bisnis keluarga dan *family relationship*, UMKM keluarga disarankan untuk memperkuat kemampuan adaptasi, inovasi, dan perencanaan jangka panjang. Pemilik dapat memperbaiki pencatatan keuangan, memperluas jaringan bisnis, dan melakukan diversifikasi usaha. Selain itu, kesiapan menghadapi krisis perlu ditingkatkan melalui strategi seperti

pemanfaatan teknologi digital, efisiensi operasional, dan pengembangan produk atau layanan baru sesuai kebutuhan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayala, J. C., & Manzano, G. (2014). *The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business. A longitudinal analysis. Journal of Economic Psychology*, 42(June 2014), 126–135.
<https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.02.004>
- 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*.
- BPS. (2024). *Distribusi Usaha Mikro di Provinsi Lampung Tahun 2023*. Badan Pusat Statistik. <https://lampung.bps.go.id/id/news/2024/08/15/421/distribusi-usaha-mikro-di-provinsi-lampung-tahun-2023.html>
- 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>
- Chaudhary, S., Dhir, A., Ferraris, A., & Bertoldi, B. (2021). *Trust and reputation in family businesses: A systematic literature review of past achievements and future promises. Journal of Business Research*, 137(July), 143–161.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.07.052>
- 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>

- Data, L. satu. (2025). *Jumlah Data UMKM Menurut Kabupaten/Kota Provinsi Lampung*. Lampung Satu Data. <https://opendata.lampungprov.go.id/dataset/jumlah-data-umkm-menurut-kabupatenkota-provinsi-lampung>
- Ghozali, imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial 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
- Hakim, L. (2021). *Potensi UMKM Dalam Membangun Perekonomian Yang Terdampak Pandemi*. *INSIGHT: Islamic Economy Bulletin*, 14–15. www.kneks.go.id
- 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>
- Mart, J., & City, A. (2021). *ANALISIS KETERLIBATAN ANGGOTA KELUARGA KABUPATEN BELU Analysis of the Involvement of Family Members in Improving Business*. 1105–1115.
- Naldi, L., Nordqvist, M., Chirico, F., Gómez-Mejia, L., Ashforth, B. E., Swartz, R., & Melin, L. (2024). *From “FIBER” to “FIRE”: construct validation and refinement of the socioemotional wealth scale in family firms*.

- Entrepreneurship and Regional Development*, 00(00), 1–36.
<https://doi.org/10.1080/08985626.2024.2328294>
- 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>
- Pramono. (2006). Manajemen Bisnis Keluarga. *Harian Umum Waspada*, 4.
- 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>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. *Leadership & Organization Development Journal*, 34(7), 700–701.
<https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079>
- 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. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, DAN R&D*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, DAN R&D* (Vol. 17).
- 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>