

2. LANDASAN TEORI

2.1 *Corporate Sustainable Longevity (CSL) Expectation*

2.1.1 *Pengertian Corporate Sustainable Longevity (CSL) Expectation*

Dari literatur dan penelitian *firm survival*, *longevity*, atau *sustainability*, diklasifikasikan ke dalam dua kategori yang berbeda yaitu *corporate longevity* dan *CSL*. *Corporate longevity* diartikan sebagai berumur panjang dan kelangsungan hidup yang di luar rata-rata umur perusahaan lainnya, sedangkan *CSL* diartikan sebagai apa saja yang memungkinkan atau “kemampuan” perusahaan bertahan dan berkelanjutan (Ahmad *et al.*, 2019; Williams & Jone, 2010). *CSL* mengidentifikasi karakteristik, kemampuan, dan kompetensi utama atau strategi yang harus dimiliki oleh perusahaan untuk dapat bertahan dan berkelanjutan (Ahmad *et al.*, 2019). Berdasarkan uraian diatas, *Corporate Sustainable Longevity (CSL)* adalah segala aspek yang dimiliki oleh perusahaan untuk dapat bertahan dan berkelanjutan. Karena penelitian *CSL* berdasarkan ekspektasi, maka *Corporate Sustainable Longevity (CSL) Expectation* adalah persepsi atau ekspektasi dari perusahaan atas segala aspek yang dimiliki (*resource*, kemampuan, kinerja) untuk dapat bertahan dan berkelanjutan (Spiliakos, 2018).

2.1.2 *Dimensi Corporate Sustainable Longevity (CSL) Expectation*

Menurut Ahmad *et al.* (2019), terdapat ditemukan lima dimensi *CSL* melalui indikator-indikator dibawah dengan menggunakan *balanced scorecard framework*, yaitu:

1. *Financial strength* (kekuatan finansial)
Financial strength mengacu pada tingkat kekuatan perusahaan dalam segi finansial
2. *Strategic perspective* (perspektif strategis)
Strategic perspective mengacu pada *core values* perusahaan serta ke strategisan aplikasinya
3. *Customer orientation* (orientasi pelanggan)
Customer orientation mengacu pada tingkat orientasi perusahaan terhadap pelanggannya
4. *Learning and growth* (belajar dan berkembang)
Learning and growth mengacu pada tingkat kemauan untuk belajar dan terus berkembang perusahaan

5. *Internal capabilities* (kemampuan internal)

Internal capabilities mengacu pada tingkat kemampuan internal yang perusahaan miliki.

2.1.3 Indikator *Corporate Sustainable Longevity (CSL) Expectation*

Dalam kerangka konseptualnya, Ahmad *et al.* (2019) menguji lima dimensi CSL dengan menggunakan indikator berikut:

1. *Financial strength* (kekuatan finansial)

Financial strength mengacu pada keuntungan perusahaan dibanding dengan *competitornya*, arus kas untuk kebutuhan jangka pendek, dan arus kas untuk membayar hutang jangka panjang

2. *Strategic perspective* (perspektif strategis)

Strategic perspective mengacu pada artikulasi visi masa depan, kejelasan visi masa depan, dan keberhasilan implementasi strategi kompetitif.

3. *Customer orientation* (orientasi pelanggan)

Customer orientation mengacu pada harga produk (barang atau jasa), jumlah saluran komunikasi kepada pelanggan, dan hubungan dengan pelanggan

4. *Learning and growth* (belajar dan berkembang)

Learning and growth mengacu pada tingkat keterampilan karyawan, keberlanjutan untuk terus tumbuh dan berkembang, keberlanjutan untuk meningkatkan proses dan sistem untuk jangka panjang.

5. *Internal capabilities* (kemampuan internal)

Internal capabilities mengacu pada efisiensi produksi, peninjauan desain produk (barang atau jasa) dan kualitas produk (barang atau jasa).

2.2 *Family involvement*

2.2.1 Pengertian *Family involvement*

Bisnis keluarga berbeda dibandingkan dengan bisnis non-keluarga berdasarkan tingkat dan jenis pengaruh yang diberikan pada perilaku dan karakteristik perusahaan melalui kepemilikan, manajemen, keanggotaan dewan, dan penggunaan mekanisme tata kelola (Taras *et al.*, 2018). Keterlibatan keluarga dalam bisnis ini menciptakan sumber daya dan kemampuan tingkat perusahaan yang istimewa karena menciptakan keterikatan keluarga di perusahaan (Li & Johansen, 2021). Kim & Gao (2013) menyatakan *family involvement* adalah praktik umum di perusahaan keluarga lintas budaya, makna dan

perannya bersifat kontekstual dan spesifik budaya karena keluarga adalah saluran budaya dan nilai-nilai budaya inti. Menurut Ahmad *et al.* (2020), *family involvement* adalah faktor inti yang membedakan perusahaan keluarga dari bentuk organisasi lain yang menciptakan tumpang tindih sistematis antara perusahaan dan keluarga pemilik. Li & Zhu (2015) mendefinisikan *family involvement* adalah segala bentuk keterlibatan anggota keluarga dalam perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, *family involvement* adalah keterlibatan keluarga dalam bisnis di perusahaan.

2.2.2 Dimensi *family involvement*

Menurut Li & Zhu (2015), konsep *family involvement* terbentuk dari:

1. *Family intention*
Family intention mengacu pada keterlibatan kognitif (filosofi manajerial) anggota keluarga dalam perusahaan.
2. *Family control*
Family control mengacu pada besar kepemilikan perusahaan oleh keluarga (*family ownership*) dan besar peran manajemen perusahaan oleh keluarga.

2.2.3 Indikator *family involvement*

Dalam penelitiannya, Li & Zhu (2015) menguji 2 dimensi diatas menggunakan indikator:

1. *Family intention*
Family intention berkaitan dengan keinginan keluarga untuk aktif berkecimpung dalam jalannya perusahaan dan Keharusan keluarga menempati posisi penting perusahaan
2. *Family control*
Family control berkaitan dengan kepemilikan saham keluarga pemilik perusahaan dan peran keluarga pemilik dalam manajemen operasional perusahaan

2.3 *Innovation Capability* dalam bisnis keluarga

2.3.1 Pengertian *Innovation Capability* dalam bisnis keluarga

Innovation capability diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menciptakan kebaruan produk, layanan, teknologi, proses, prosedur, pasar, dan keseluruhan dalam model bisnisnya (Ahmad *et al.*, 2020). Aas & Breunig (2017) mendefinisikan *Innovation capability* sebagai kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi ide-ide baru dan mengubahnya menjadi produk, layanan, atau proses baru atau yang lebih baik yang menguntungkan

perusahaan. Menurut Hernandez-Perlines *et al.* (2020), *innovation capability* adalah perilaku, rutinitas, dan kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi peluang, berbagi informasi secara terbuka, mempromosikan diskusi, dan menerapkan ide-ide baru yang memungkinkan terciptanya produk, proses, dan bentuk organisasi baru. Berdasarkan uraian diatas, *innovation capability* adalah kemampuan perusahaan untuk berinovasi menemukan sesuatu yang baru dan lebih baik.

2.3.2 Dimensi *Innovation Capability* dalam bisnis keluarga

Menurut Hernandez-Perlines *et al.* (2020), secara garis besar *innovation capability* dibagi menjadi 2 dimensi:

1. Inovasi produk

Inovasi produk berkaitan dengan menghasilkan ide atau menciptakan sesuatu yang sama sekali baru, yang tercermin dalam perubahan produk atau jasa akhir (*end product*) yang ditawarkan oleh organisasi.

2. Inovasi proses

Inovasi proses adalah perubahan dalam cara perusahaan menghasilkan produk atau jasa akhir (*end product*) melalui difusi atau adopsi inovasi yang dikembangkan di tempat lain.

2.3.3 Indikator *Innovation Capability* dalam bisnis keluarga

Dalam penelitiannya, Hernandez-Perlines *et al.* (2020) menguji *innovation capability* menggunakan indikator:

1. Inovasi produk

Inovasi produk mengacu pada kebaruan teknologi yang dipakai, kecepatan pengembangan produk baru, dan banyak produk baru yang diperkenalkan ke pasar.

2. Inovasi proses

Inovasi proses mengacu pada daya saing teknologi, kebaruan teknologi yang digunakan dalam proses manajerial, dan kecepatan adopsi inovasi teknologi terbaru dalam proses manajerial.

2.4 Hubungan antar Konsep dan Hipotesa Penelitian

2.4.1 Hubungan *family involvement* terhadap *corporate sustainable longevity expectation*

Para ahli secara umum menekankan perusahaan dan bisnis keluarga berpengaruh terhadap struktur pemerintahan, tujuan bisnis, pilihan strategi, dan kinerja

perusahaan (Li & Zhu, 2015). Perusahaan yang terkenal di dunia seperti Ford Motors (1903), Toyota Motors (1937), Walmart (1962), Samsung Elektronik (1969), dan banyak lagi bisnis keluarga di seluruh dunia yang tidak hanya bertahan melalui beberapa generasi, namun juga mencapai puncak pertumbuhan dan kesuksesan. Perusahaan keluarga mengungguli rekan-rekan mereka, dan secara konsisten kinerja yang baik sangat penting untuk umur panjang yang berkelanjutan (Hillebrand, 2018). Dalam penelitian tentang perusahaan swasta, *family involvement* telah menduduki posisi penting, karena semakin kuat *family involvement*, semakin baik kinerja bisnis di Cina (Li & Zhu, 2015). Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₁: *Family involvement* mempengaruhi *corporate sustainable longevity expectation*

2.4.2 Hubungan *family involvement* terhadap *innovation capability*

Liang *et al.* (2013) menemukan bahwa terdapat hubungan positif *family involvement* dengan *innovation capability* pada perusahaan keluarga Cina. Lichtenthaler & Muethel (2012) menemukan bahwa di perusahaan keluarga Jerman, tingkat keterlibatan keluarga dalam bisnis signifikan secara positif terkait dengan kepekaan dan transformasi inovasi, namun terdapat hubungan tidak signifikan dengan peluang untuk berinovasi. Ahmad *et al.* (2019), menemukan bahwa bisnis keluarga Jerman adalah inovator yang lebih baik daripada rekan-rekan mereka yang non-keluarga dan terus banyak keunggulan kompetitif. Selain itu, menurut mereka secara keseluruhan dari penelitian dalam konteks *family involvement* terhadap *innovation capability* ditemukan bahwa terdapat hubungan positif *family involvement* terhadap *innovation capability*. Berdasarkan penemuan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₂: *Family involvement* mempengaruhi *innovation capability*

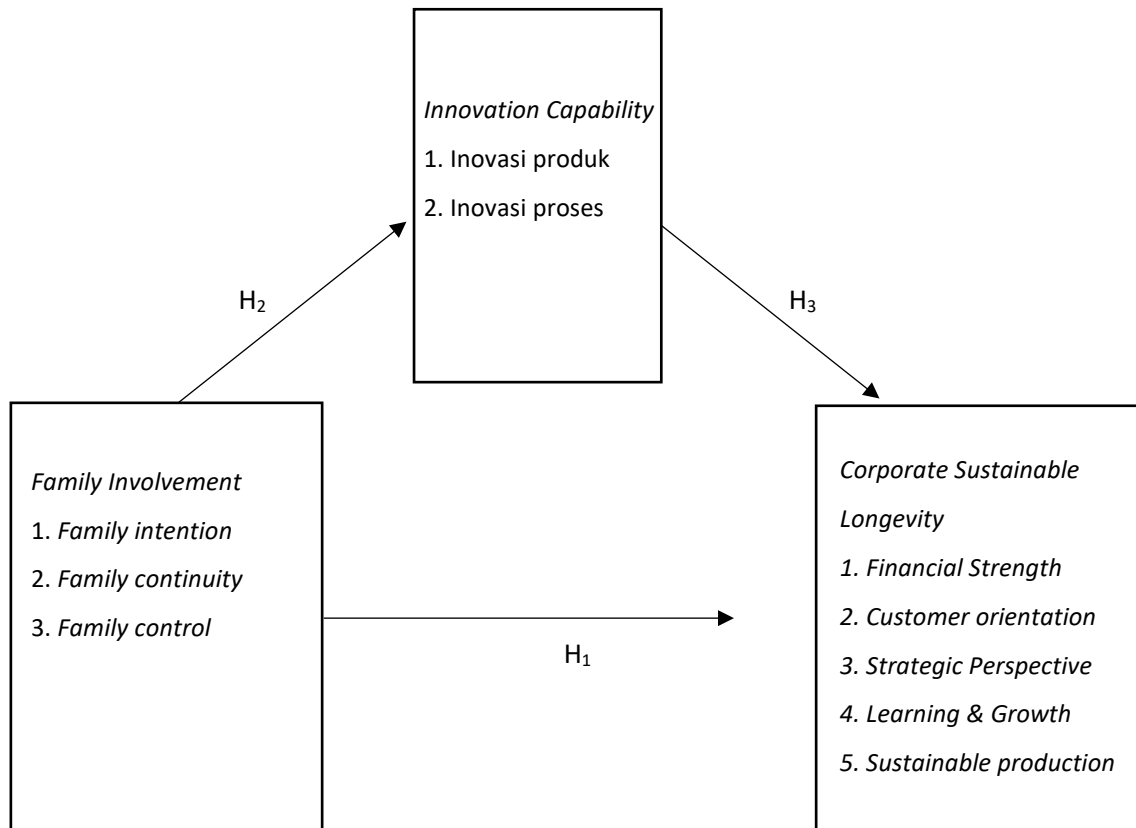
2.4.3 Hubungan *innovation capability* terhadap *corporate sustainable longevity expectation*

Jika perusahaan tidak beradaptasi dan berinovasi, maka kematian perusahaan itu hal yang pasti Ahmad *et al.* (2019). Cefis & Orietta (2019) mendefinisikan inovasi

sebagai masalah hidup atau mati bagi perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hernandez-Perlines *et al.* (2020), ditemukan bahwa innovation capability secara positif mempengaruhi kinerja perusahaan keluarga, dimana kinerja perusahaan menentukan bagaimana perusahaan dapat bertahan dan berkelanjutan. (Ahmad *et al.*, 2019). Berdasarkan penemuan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₃: *Innovation capability* mempengaruhi *corporate sustainable longevity expectation*

2.5 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Ahmad *et al.* (2020); Li & Zhu (2015); Hernandez-Perlines *et al.* (2020)