

2. LANDASAN TEORI

2.1 *Socioemotional Wealth*

2.1.1 Pengertian *Socioemotional Wealth*

Socioemotional wealth merupakan perusahaan keluarga yang menekankan kesejahteraan keluarga dan ikatan emosional atas kepuasan ekonomi di perusahaan keluarga menurut Goh *et al* (2015) dan menurut Ng *et al* (2019), *socioemotional wealth* istilah umum yang menggabungkan non-ekonomi atau nilai-nilai yang di peroleh keluarga dari kepemilikan perusahaan dan *socioemotional wealth* sangat penting dalam melestarikan kinerja bisnis perusahaan keluarga.

Dengan kata lain, SEW dapat diartikan sebagai upaya pengembangan fungsi kepuasan keluarga yang meliputi kesejahteraan keluarga dan keterikatan emosional. Ng *et al.* (2019) memberikan lima dimensi untuk mengukur *socioemotional wealth* yang meliputi kontrol dan pengaruh keluarga, identifikasi anggota keluarga dengan perusahaan, ikatan sosial yang mengikat, keterikatan emosional anggota keluarga dan pembaruan ikatan keluarga dengan perusahaan melalui urutan keturunan keluarga.

Penelitian yang dilakukan mengacu pada pengertian yang telah dikemukakan oleh Ng *et al* (2019), *socioemotional wealth* istilah umum yang menggabungkan non-ekonomi, afektif atau nilai-nilai yang dimiliki keluarga atas kepemilikan perusahaan dan *socioemotional wealth* merupakan hal penting dalam melestarikan perusahaan keluarga

2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi *Socioemotional Wealth*

Faktor yang mempengaruhi *socioemotional wealth* menurut Ng *et al.* (2019) terbagi menjadi empat factor yaitu:

1. Kontrol dan pengaruh keluarga

Mengacu untuk mengontrol dan mempengaruhi anggota keluarga bahwa anggota keluarga melakukan kontrol atas keputusan strategis.

2. Pembaruan ikatan keluarga melalui suksesi dinasti

Mengacu pada pembaharuan ikatan keluarga yang terpilih untuk memimpin dalam perusahaan pada generasi berikutnya.

3. Keterikatan emosional anggota keluarga

Membangun hubungan sosial perusahaan keluarga seperti ikatan timbal balik yang terlihat dalam bisnis keluarga untuk saling peduli terhadap anggota keluarga.

4. Identifikasi anggota keluarga dengan perusahaan

Keterikatan emosional perusahaan dapat memfasilitasi kontinuitas diri dengan menghubungkan seseorang dengan diri masa lalu yang diinginkan (misalnya, kenangan) rasa warisan keluarga untuk menjaga identitas pada perusahaan.

5. Adanya ikatan sosial

Mengacu pada menjalin hubungan dengan pihak luar dalam membina ikatan sosial yang kuat dengan pemangku kepentingan daripada perusahaan non-keluarga.

2.1.3 Indikator *Socioemotional Wealth*

Indikator yang meliputi *socioemotional wealth* menurut Hauck *et al.* (2016), Ng (2019) yaitu,

1. Kontrol dan pengaruh keluarga

Perusahaan keluarga lebih cenderung untuk melakukan perspektif *socioemotional wealth* untuk mewakili sejauh mana kontrol anggota keluarga atas pengambilan keputusan strategis. Misalnya, pemilik keluarga mungkin lebih memilih menunjuk anggota keluarga ke kunci untuk mempertahankan kontrol dan pengaruh dan mungkin tidak mau mendelegasikan wewenang kepada non-keluarga manajer. Oleh karena itu, indikator ini dapat diterima untuk mengukur *socioemotional wealth*.

2. Pembaruan ikatan keluarga melalui suksesi dinasti

Perusahaan keluarga dalam perspektif *socioemotional wealth* mengutamakan untuk melestarikan warisannya melalui suksesi ke generasi berikutnya bahkan untuk mempekerjakan manajer eksternal yang lebih kompeten sering diabaikan. Oleh karena itu, indikator ini dapat diterima untuk mengukur *socioemotional wealth*.

3. Keterikatan emosional anggota keluarga

keterikatan emosional dalam perusahaan keluarga saat terjadi masalah dapat memperkuat kekhawatiran tentang masa depan perusahaan yang mengarah pada pengambilan keputusan yang lebih tetap dan bertanggung jawab. Keterikatan emosional, mengacu pada emosi yang menumbuhkan rasa kebersamaan dalam perusahaan keluarga. Oleh karena itu, indikator ini dapat diterima untuk mengukur *socioemotional wealth*.

4. Identifikasi anggota keluarga dalam perusahaan

Perusahaan keluarga mengacu pada isyarat identitas terkait bisnis dan pembelajaran yang menjadi penting bagi identitas pribadi perusahaan dengan menggunakan nama keluarga sebagai nama bisnis, yang dapat memberikan stabilitas dan menimbulkan

komitmen yang lebih dalam kepada perusahaan karena anggota keluarga ingin diakui sebagai bagian dari perusahaan dan ingin menghasilkan modal sosial secara bersamaan (kolektif). Oleh karena itu, indikator ini dapat diterima untuk mengukur *socioemotional wealth*.

5. Adanya ikatan sosial

Perusahaan keluarga dan pemangku kepentingan non-keluarga seperti karyawan, pemasok, pelanggan, dan komunitas atau jaringan sosial. Interaksi dengan pemangku kepentingan sangat mempengaruhi modal sosial organisasi perusahaan yang dapat mempengaruhi orientasi jangka panjang perusahaan keluarga dengan mendorong hubungan yang berkelanjutan dengan pihak luar dalam membina ikatan sosial yang kuat dengan pemangku kepentingan daripada perusahaan non-keluarga.

2.2 Firm performance

2.2.1 Pengertian Firm performance

Menurut Cruz *et al.* (2012) *firm performance* merupakan suatu kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam mengendalikan serta mengatur sumber daya yang ada secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan. Gharakhani dan Mousakhani (2016) menyatakan bahwa *firm performance* adalah indikator untuk mengukur seberapa baik suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. *Firm performance* adalah variabel gabungan yang menunjukkan kinerja bisnis sebuah perusahaan. Adapun pendapat lain dari Chu (2011) mengatakan bahwa *firm performance* dengan skala kecil memiliki kinerja bisnis yang lebih baik dikarenakan adanya hubungan anggota keluarga yang lebih dekat.

Penelitian yang dilakukan mengacu pada pengertian Cruz *et al.* (2012), *firm performance* merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam mengendalikan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien guna untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Firm performance

Menurut Santos dan Brito (2012) mengatakan bahwa *firm performance* mencakup beberapa dimensi yaitu profitabilitas, nilai pasar, pertumbuhan perusahaan, kepuasan karyawan dan tanggung jawab sosial. *Firm performance* adalah indikator kesuksesan sebuah perusahaan dan pencapaian tujuan strategi menurut Kopia *et al.* (2017).

Pada umumnya, perusahaan keluarga cenderung mengejar meningkatkan *firm performance* non finansial yaitu untuk mempertahankan kepemilikan keluarga pada perusahaan dan mewariskan ke generasi berikutnya. Namun, seiring dengan perkembangan, hal finansial

menjadi peran yang sangat penting untuk menjaga keberlangsungan usaha dan menghindari kesulitan keuangan perusahaan. *Firm performance* secara finansial dilihat dari segi laba/rugi laporan keuangan.

2.2.3 Indikator *Firm performance*

Menurut Cruz *et al.* (2012) indikator yang meliputi *firm performance* yaitu *sales growth*. Perusahaan keluarga akan mengalami pertumbuhan dan peningkatan yang baik dengan menunjukkan perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi. *Sales growth* yang meningkat maka mengindikasikan *firm performance* yang baik. Mahmood *et al.* (2020) juga menjelaskan indikator *perceived firm performance* bisa diukur dgn persepsi peningkatan keuntungan dan *image* perusahaan dibandingkan *competitor*. Oleh karena itu, indikator ini dapat diterima untuk mengukur *firm performance*.

2.3 Managerial Capabilities

2.3.1 Pengertian *Managerial Capabilities*

Menurut Dzinekou dan Arasa (2018) *managerial capabilities* merupakan kemampuan pemikiran strategi yang melibatkan kemampuan kognitif manager untuk bersaing dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif yang mengharuskan manager membuat keputusan. Pemikiran strategi yang memungkinkan manager untuk menjelaskan rencana jangka panjang bagi perusahaan. Menurut Kearney *et al.* (2017) menjelaskan bahwa *managerial capabilities* merupakan kemampuan manager dalam mengatur strategi dan mengelola perusahaan dalam mengambil keputusan yang tepat untuk kemajuan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan mengacu pada pengertian yang telah dikemukakan oleh Kearney *et al.* (2017) yang menjelaskan bahwa *managerial capabilities* merupakan kemampuan manager untuk mengatur strategi dan mengelola perusahaan dalam mengambil keputusan yang tepat untuk kemajuan perusahaan yang dipimpin.

2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi *Managerial Capabilities*

Menurut Kearney *et al* (2017) membentuk empat faktor *managerial capabilities* melalui inovasi kepemimpinan, pemikiran strategis, pemecahan masalah dan hubungan dengan orang lain.

1. Kepemimpinan

Mengacu pada pemilik/manager untuk membangun kedekatan sosial dan sekaligus menjadi penanaman tanggung jawab bisnis untuk semua anggota organisasi.

2. Pemikiran strategi

Pemikiran strategi sebagai kemampuan pemilik/manager untuk mencerminkan kinerja perusahaan dalam perencanaan perusahaan.

3. Pemecahan masalah

Pemecahan masalah menjadi salah satu tugas pemilik/manager di perusahaan yang memungkinkan perubahan pemecahan masalah berdasarkan pengalaman yang dialami.

4. Hubungan dengan orang lain

Pada perusahaan keluarga, karyawan memiliki hubungan dekat dengan pemilik/manager dalam perusahaan, yang muncul dari kesamaan latar belakang sosial yang berakar pada komunitas lokal.

5. Keahlian memotivasi

Pada perusahaan keluarga, memiliki pemimpin yang mampu memotivasi karyawan dapat memberikan keuntungan yang baik untuk perusahaan sehingga keahlian dalam motivasi menjadi suatu hal yang penting dalam perusahaan.

2.3.3 Indikator *Managerial Capabilities*

Indikator *managerial capabilities* yang dikemukakan oleh Kearney *et al* (2017) dan Ng *et al.* (2019) sebagai berikut,

1. Kepemimpinan

Managerial capabilities berhubungan dengan kepemimpinan dan pengelolaan suatu perusahaan. Untuk memperkuat kinerja perusahaan dengan kemampuan pemimpin/manager untuk menciptakan suatu perusahaan lebih unggul dan bertanggung jawab dalam bisnis. Oleh karena itu, indikator ini dapat diterima untuk mengukur *managerial capabilities*.

2. Pemikiran strategis

Managerial capabilities membutuhkan pemikiran strategi dalam membuat perusahaan lebih unggul dalam bersaing dan mengharuskan manager dalam membuat keputusan strategis yang baik untuk pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, indikator ini dapat diterima untuk mengukur *managerial capabilities*.

3. Penyelesaian konflik

Dalam perusahaan keluarga penyelesaian masalah memang harus dihadapi oleh pemimpin/manager untuk memberikan solusi dalam setiap mengidentifikasi masalah dan kendala yang dialami perusahaan sehingga didapatkan keputusan yang terbaik dalam memecahkan masalah dalam menyelaraskan sumber daya untuk

mencapai tujuan. Oleh karena itu, indikator ini dapat diterima untuk mengukur *managerial capabilities*.

4. Hubungan dengan orang lain

Dalam perusahaan keluarga meningkatkan hubungan pemilik/manager dengan orang lain memungkinkan pengembangan sumber daya manusia dalam kategori *management capabilities*. Oleh karena itu, indikator ini dapat diterima untuk mengukur *managerial capabilities*.

5. Keahlian dalam memotivasi

Dalam perusahaan memotivasi karyawan dapat membantu perusahaan untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, karena motivasi suatu keahlian yang harus dimiliki perusahaan dalam mengarahkan organisasi agar dapat bekerja untuk mencapai tujuan yang sama dalam perusahaan. Oleh karena itu, indikator ini dapat diterima untuk mengukur *managerial capabilities*.

2.4 Hubungan antar Konsep dan Hipotesis Penelitian

2.4.1 Socioemotional wealth terhadap Firm performance

Perusahaan keluarga cenderung memperoleh *socioemotional wealth* dari sumber-sumber lain termasuk dikendalikan oleh anggota keluarga, memiliki nama keluarga yang terkait dengan perusahaannya, keterikatan emosional dengan perusahaan, ikatan sosial yang kuat dan mempunyai niat dan tujuan menjaga keberlangsungan usaha menurut Gomez-Mejia (2011).

Pada umumnya perusahaan keluarga pada generasi saat ini cenderung akan menghadirkan generasi penerusnya untuk mengambil alih dan akan terus berusaha untuk mendidik generasi berikutnya sebagai calon penerus perusahaan keluarganya dengan mengkomunikasikan visi dan strategi perusahaan keluarga Menurut Mayssara *et al.* (2014). Partisipasi keluarga dalam perusahaan keluarga cenderung akan memberikan efek *firm performance* yang signifikan menurut (Memili dan Dibrell, 2019). Dengan kata lain, keputusan yang tampaknya tidak profesional bagi orang dari luar seperti menunjuk anggota keluarga yang tidak berpengalaman sebagai CEO perusahaan, tetapi bagi pemilik keluarga itu dapat dilaksanakan karena memberikan manfaat non-finansial. Oleh karena itu, keinginan untuk melestarikan *socioemotional wealth* mempengaruhi pencapaian jangka panjang perusahaan keluarga baik secara positif maupun negatif menurut Kalm dan Gomez-Mejia (2016). Keempat penelitian yang dilakukan telah memberikan sebuah bukti bahwa

H₁: Socioemotional wealth memiliki pengaruh terhadap firm performance

2.4.2 Socioemotional wealth terhadap Managerial capabilities

Socioemotional wealth merupakan faktor penting dalam pengembangan kapasitas manajerial, keahlian, dan proses kemampuan perusahaan untuk mengevaluasi, menambah, menggabungkan, dan memanfaatkan sumber daya untuk mencapai keunggulan kompetitif serta *Socioemotional wealth* dapat mempengaruhi budaya organisasi dan *managerial capabilities* dalam pengambilan keputusan strategis menurut Ng (2019).

H₂: Socioemotional wealth memiliki pengaruh terhadap managerial capabilities

2.4.3 Managerial capabilities terhadap Firm performance

Seperti yang diungkapkan oleh Andreou et al. (2015) *managerial capabilities* dapat meningkatkan *firm performance*. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *managerial capabilities* berpengaruh positif terhadap *firm performance* (Gupta et al. 2014). Permana dan Ellitan (2020) menyatakan bahwa *managerial capabilities* untuk merumuskan dan mengimplementasikan inisiatif strategis dalam memanfaatkan peluang lingkungan merupakan poin penting untuk keberhasilan perusahaan. *Managerial capabilities* diakui sebagai pedoman yang penting untuk mempertahankan keunggulan dalam meningkatkan *firm performance* Zaied et al. (2012). Keempat penelitian yang dilakukan telah memberikan sebuah bukti bahwa *managerial capabilities* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *firm performance*.

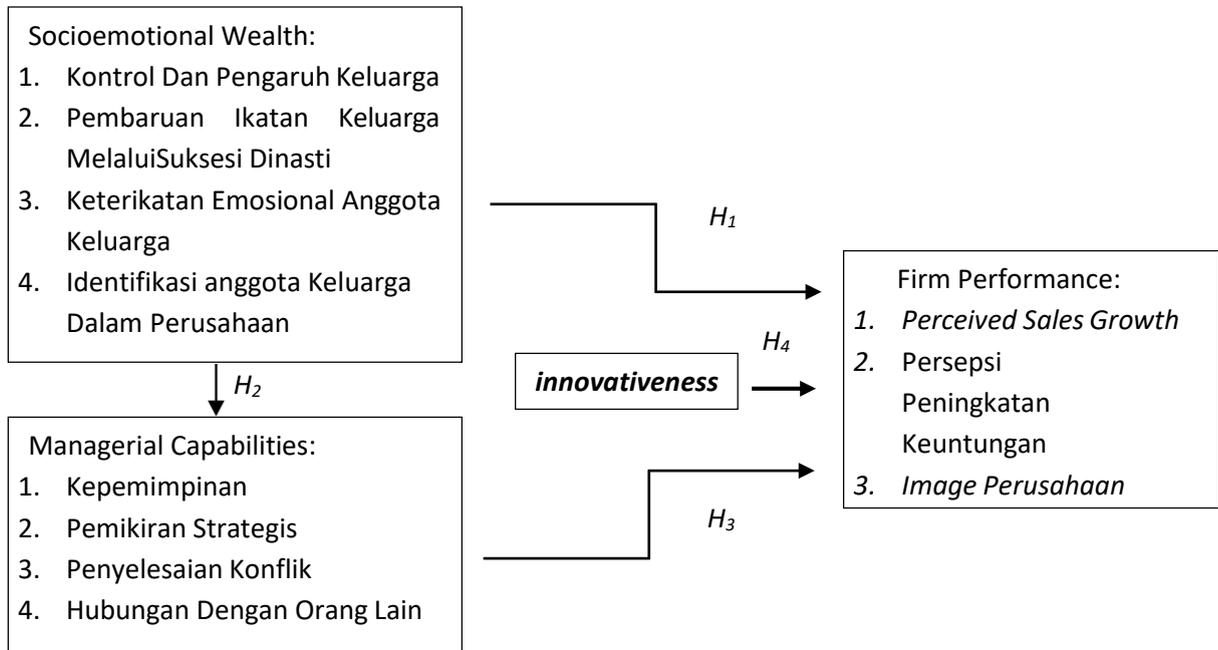
H₃: Managerial capabilities memiliki pengaruh terhadap firm performance.

2.4.4 Innovativeness terhadap firm performance

Innovativeness adalah upaya untuk memperbaiki perusahaan, meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan, memacu pertumbuhan serta menciptakan peluang kerja baru dan pada akhirnya akan menghasilkan kekayaan (Hayton dan Kelley, 2016). Dengan demikian dimensi *innovativeness* memiliki pendekatan yang strategis untuk melestarikan kekayaan ekonomi maupun non ekonomi perusahaan namun tetap terdapat resiko yang mungkin tidak selalu mengarah pada hasil yang sukses. Perusahaan keluarga cenderung mempertahankan SEW karena berpotensi mempengaruhi keputusan keluarga yang akan mengarahkan ke orientasi strategis bagi perusahaan (De Massis, Kotlar, Chua, dan Chrisman, 2014). Inovasi secara umum telah menjadi kunci faktor yang mempengaruhi *firm performance*. Banyak perusahaan mencoba untuk mencapai keuntungan melalui inovasi diberbagai cara (Shouyu, 2017). Perusahaan yang menerapkan strategi inovasi secara jangka panjang akan mendorong pencapaian kesuksesan perusahaan secara jangka panjang (Atalay et al., 2013). Oleh karena itu *Innovativeness* akan meningkatkan *firm performance* (Zafar dan Kantola, 2019) maka dapat berhipotesis bahwa:

H₄: Innovativeness berpengaruh terhadap firm performance

2.5 Kerangka Penelitian



Sumber: Ng (2019), Kearney *et al.* (2017).