

STUDI KASUS TOKO GALUH : KOLABORASI WANITA DALAM MEMBANGUN KELUARGA BISNIS YANG SUKSES

Adinda Diah Fatikha Yusuf¹, Titis Tatasari², Wafdulloh Shofa Maukifan Hadis³, Riessa Putra Christianto⁴

STIE Mahardhika

adindadiahy25@gmail.com, titis.tatasari@stiemahardhika.ac.id,

shofaahadiss@gmail.com, riessaputra1@gmail.com

Abstrak

Artikel ini mengangkat studi kasus mengenai Toko Galuh, sebuah bisnis keluarga yang berhasil dikelola oleh perempuan, yang mampu bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan pasar yang terus berubah. Fokus utama artikel ini adalah untuk menganalisis peran penting perempuan dalam mengelola dan mengembangkan usaha keluarga, serta bagaimana kolaborasi antar anggota keluarga, khususnya perempuan, menjadi faktor kunci dalam kesuksesan bisnis ini. Melalui pendekatan kualitatif, artikel ini menggali bagaimana perempuan di Toko Galuh memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan strategis, inovasi produk, pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Kolaborasi antara generasi yang terlibat dalam usaha ini berhasil memadukan nilai-nilai tradisional dengan teknologi modern, yang memungkinkan Toko Galuh beradaptasi dengan perkembangan pasar yang semakin digital. Penerapan teknologi dan jejaring sosial dalam pemasaran juga menjadi bagian dari strategi yang mendukung kelangsungan bisnis ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini mencakup wawancara mendalam dengan pemilik dan pengelola, serta observasi langsung terhadap operasional toko. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kolaborasi internal dan pemberdayaan perempuan dalam bisnis keluarga berperan besar dalam menciptakan fondasi yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang. Artikel ini memberikan wawasan bagi pelaku bisnis keluarga lainnya tentang pentingnya peran perempuan dalam kepemimpinan dan inovasi bisnis, serta bagaimana menjaga keseimbangan antara tradisi dan modernitas dalam mengelola usaha.

Kata Kunci: *Kewirausahaan Perempuan, Kolaborasi, Bisnis Keluarga*

Abstract

This article presents a case study of Toko Galuh, a family business successfully managed by women, which is able to survive and thrive in the face of ever-changing market competition. The main focus of this article is to analyze the important role of women in managing and developing a family business, and how collaboration between family members, especially women, is a key factor in the success of this business. Through a qualitative approach, this article explores how women in Toko Galuh play an important role in strategic decision-making,

product innovation, marketing, and financial management. The intergenerational collaboration involved in the business has successfully blended traditional values with modern technology, allowing Toko Galuh to adapt to an increasingly digital market. The application of technology and social networks in marketing is also part of the strategy that supports the sustainability of this business. The methods used in this research include in-depth interviews with owners and managers, as well as direct observation of store operations. The findings show that internal collaboration and women empowerment in family businesses play a major role in creating a strong foundation for long-term growth. This article provides insights for other family businesses on the important role of women in business leadership and innovation, and how they can be empowered.

Keywords: *Women Entrepreneurship, Collaboration, Family Business*

I. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, peran wanita dalam dunia kewirausahaan semakin mendapat perhatian. Sejak awal mulanya, kewirausahaan sering dianggap sebagai bidang yang dikuasai kaum lelaki. Hal ini terutama disebabkan oleh stereotip yang mengasosiasikan ciri-ciri yang biasanya dikaitkan dengan laki-laki, seperti agresivitas, daya saing, dan keterampilan teknis, dengan dunia bisnis. Kewirausahaan juga dipandang sebagai sektor yang membutuhkan kekuatan fisik dan keterampilan teknis yang lebih besar, yang sejalan dengan peran tradisional laki-laki dalam masyarakat. Namun, seiring berjalannya waktu, semakin banyak wanita yang mendobrak batasan tradisional ini dan berhasil memulai bisnis mereka sendiri. Wanita yang berwirausaha tidak hanya berhasil menciptakan peluang ekonomi yang menguntungkan, tetapi mereka juga memiliki dampak sosial yang signifikan dan mendorong perubahan dalam struktur ekonomi dan masyarakat secara luas. Fenomena wirausaha wanita ada di negara berkembang maupun negara maju.

Menurut laporan *Around the world Trade venture Screen* (Gem, 2020), perempuan memiliki akses yang lebih sedikit dibandingkan laki-laki, jaringan bisnis yang lebih kecil, dan kewirausahaan sering dianggap sebagai ranah laki-laki. Mereka menghadapi tantangan yang sangat besar, termasuk berbagai hambatan budaya, tetapi telah menunjukkan kemampuan yang luar biasa ketangguhan. Perempuan sering kali cenderung memimpin perusahaan dengan pendekatan yang lebih inklusif dan berkelanjutan, termasuk fokus pada penciptaan lapangan kerja, penguatan masyarakat, dan keberlanjutan jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan perempuan memainkan peran kunci dalam mendorong transformasi sosial yang lebih besar, dan bahwa perempuan memainkan peran tidak hanya sebagai agen ekonomi tetapi juga sebagai agen perubahan sosial. Di sisi lain, bisnis keluarga, sebagai bentuk usaha yang dijalankan oleh keluarga, memberikan konteks menarik untuk mengkaji bagaimana kolaborasi antara perempuan dan anggota keluarga lainnya dapat mendukung kesuksesan bisnis jangka panjang. Banyak bisnis yang dikelola keluarga mengandalkan kolaborasi antargenerasi untuk menciptakan sinergi yang menguntungkan, sehingga memungkinkan fleksibilitas dan inovasi dalam menghadapi tantangan pasar. Dalam hal kewirausahaan perempuan, kolaborasi dalam bisnis keluarga seringkali melibatkan perempuan tidak hanya dalam peran manajemen sehari-hari tetapi juga dalam mengembangkan visi, misi, dan strategi jangka panjang. Oleh karena itu, kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan kinerja operasional tetapi juga berkontribusi pada keputusan strategis yang memperkuat posisi bisnis keluarga di pasar yang semakin kompetitif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran kewirausahaan perempuan dalam bisnis keluarga, dengan fokus khusus pada kolaborasi antara perempuan dan anggota keluarga lainnya. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana perempuan yang memimpin bisnis keluarga mengelola kolaborasi dalam pengambilan keputusan strategis dan operasional, serta bagaimana kolaborasi ini dapat meningkatkan keberlanjutan dan daya saing bisnis keluarga dalam menghadapi tantangan ekonomi global yang dinamis di Toko Galuh. Toko Galuh merupakan toko swalayan yang menjual berbagai macam alat tulis, aksesoris dan kebutuhan rumah tangga yang terletak di Sidoarjo, dengan memfokuskan pada kolaborasi antar generasi dalam bisnis keluarga yang dipimpin perempuan, penelitian ini juga bertujuan untuk menggali bagaimana sinergi antar anggota keluarga, yang masing-masing memiliki keterampilan dan pengalaman berbeda, dapat memperkuat inovasi, adaptasi terhadap perubahan, serta meningkatkan ketahanan bisnis keluarga terhadap risiko dan ketidakpastian pasar.

Selain itu, penelitian ini juga berupaya untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung kolaborasi yang efektif dalam bisnis keluarga yang dipimpin perempuan, serta tantangan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis keluarga secara bersama-sama. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana model kewirausahaan berbasis keluarga yang inklusif dan kolaboratif, yang dipimpin oleh perempuan, dapat menjadi model bisnis yang lebih berkelanjutan dan sukses dalam jangka panjang. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pada pengembangan teori kewirausahaan perempuan dan bisnis keluarga, serta memberikan rekomendasi praktis bagi perempuan yang terlibat dalam kewirausahaan keluarga untuk meningkatkan efektivitas kolaborasi dalam mencapai tujuan bersama.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kewirausahaan Perempuan : Perkembangan dan Hambatan

Kewirausahaan perempuan semakin mendapatkan perhatian dalam beberapa tahun terakhir, baik dalam penelitian akademis maupun dalam praktik bisnis. Kewirausahaan perempuan merujuk pada proses di mana perempuan memanfaatkan peluang untuk mendirikan, mengelola, dan mengembangkan bisnis dengan tujuan mencapai keuntungan dan keberlanjutan usaha (Brush, 2006). Namun, perempuan yang terjun ke dunia kewirausahaan sering menghadapi tantangan lebih besar dibandingkan laki-laki. Salah satu hambatan terbesar adalah akses terbatas terhadap pembiayaan, di mana banyak penelitian menunjukkan bahwa perempuan kesulitan memperoleh modal untuk memulai usaha, akibat adanya bias gender di kalangan investor yang lebih memilih pengusaha laki-laki (Carter et al., 2015).

Selain itu, jaringan bisnis yang lebih sempit menjadi kendala lain yang dihadapi perempuan. Brush et al. (2009) mengungkapkan bahwa perempuan umumnya memiliki jaringan yang lebih terbatas dibandingkan laki-laki, yang menyebabkan mereka kurang mendapat akses ke informasi dan peluang bisnis. Hambatan budaya dan stereotip gender juga menjadi faktor yang membatasi perempuan untuk berkembang di dunia bisnis, di mana kewirausahaan sering kali dianggap sebagai wilayah laki-laki, dan perempuan sering harus menangani tanggung jawab ganda sebagai pengusaha sekaligus ibu rumah tangga (Aldrich & Cliff, 2003).

Namun, meskipun menghadapi berbagai tantangan tersebut, perempuan dalam kewirausahaan sering kali menunjukkan ketahanan dan kreativitas yang luar biasa. Laporan

Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2020) menunjukkan bahwa meskipun tantangan yang dihadapi lebih besar, perempuan mampu mengatasi hambatan ini dengan memanfaatkan kemampuan kreatif, fleksibilitas, dan ketekunan. Kewirausahaan perempuan juga sering kali memiliki dimensi sosial yang kuat, di mana mereka tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada dampak sosial dan keberlanjutan lingkungan, serta pemberdayaan komunitas.

B. Kolaborasi dalam Bisnis Keluarga

Bisnis keluarga adalah bentuk organisasi bisnis di mana anggota keluarga bekerja sama untuk mengelola dan mengembangkan usaha dengan tujuan menciptakan nilai jangka panjang dan keberlanjutan. Kolaborasi dalam bisnis keluarga memiliki peran yang sangat penting untuk menjaga kelangsungan dan keberhasilan perusahaan. Dalam banyak kasus, kolaborasi ini melibatkan hubungan erat antar anggota keluarga, di mana setiap individu saling mendukung dan berbagi tanggung jawab dalam menjalankan bisnis. Sharma dan Chrisman (2007) menjelaskan bahwa kolaborasi antar generasi dalam bisnis keluarga dapat meningkatkan fleksibilitas dan ketahanan perusahaan terhadap perubahan eksternal.

Kolaborasi dalam pengambilan keputusan strategis sangat penting, karena keputusan yang melibatkan lebih dari satu anggota keluarga sering kali menghasilkan sinergi. Setiap anggota keluarga membawa perspektif dan keahlian yang berbeda, yang pada akhirnya menguntungkan perusahaan. Sebagai contoh, generasi yang lebih tua cenderung memiliki pengalaman dalam manajemen dan hubungan pelanggan, sementara generasi yang lebih muda sering kali membawa keterampilan teknis dan wawasan mengenai teknologi terkini. Penelitian oleh Kellermanns et al. (2016) menunjukkan bahwa kolaborasi antar generasi meningkatkan fleksibilitas dan inovasi dalam bisnis keluarga, yang membuat perusahaan lebih mudah beradaptasi dan lebih tangguh terhadap perubahan pasar.

C. Kewirausahaan Perempuan dalam Konteks Bisnis Keluarga

Kewirausahaan perempuan dalam konteks bisnis keluarga menjadi tema yang menarik, karena perempuan yang memimpin bisnis keluarga sering kali mengelola tanggung jawab ganda—baik sebagai pemimpin usaha maupun anggota keluarga. Dyer dan Dyer (2016) menekankan bahwa kesuksesan bisnis keluarga sangat bergantung pada kolaborasi antara anggota keluarga dalam pengambilan keputusan strategis dan operasional. Kolaborasi ini memungkinkan perusahaan keluarga untuk bertahan lebih lama, beradaptasi dengan perubahan, dan mengatasi tantangan yang muncul.

Perempuan yang memimpin bisnis keluarga tidak hanya berfokus pada operasional sehari-hari tetapi juga terlibat aktif dalam merumuskan visi dan misi jangka panjang perusahaan serta mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari keputusan yang diambil. Bohra (2019) mencatat bahwa perempuan yang mengelola bisnis keluarga sering lebih memperhatikan keberlanjutan sosial dan lingkungan dalam pengambilan keputusan bisnis mereka. Selain itu, perempuan sering kali menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan kolaboratif, yang berdampak positif pada hubungan dengan pelanggan dan masyarakat.

Peran kolaborasi dalam bisnis keluarga yang dipimpin perempuan juga mempengaruhi budaya perusahaan. Perempuan cenderung mengutamakan pendekatan berbasis hubungan,

yang menekankan komunikasi terbuka, transparansi, dan kesetaraan dalam pengambilan keputusan. Hal ini berkontribusi pada terciptanya perusahaan yang lebih inklusif dan responsif terhadap perubahan pasar (Bohra, 2019). Oleh karena itu, perempuan yang memimpin bisnis keluarga sering kali menciptakan perusahaan yang lebih inovatif, fleksibel, dan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta tuntutan pasar yang dinamis.

D. Kolaborasi dalam Menghadapi Tantangan Globalisasi dan Digitalisasi

Seiring dengan berkembangnya globalisasi dan digitalisasi, tantangan yang dihadapi oleh bisnis keluarga semakin kompleks. Untuk tetap kompetitif, banyak bisnis keluarga yang dipimpin perempuan mulai mengadopsi teknologi digital, seperti platform e-commerce dan media sosial, untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. McKinsey & Company (2020) mengungkapkan bahwa perempuan yang berada dalam posisi kepemimpinan cenderung lebih terbuka terhadap adopsi teknologi baru, yang memungkinkan bisnis keluarga bertransformasi dan tetap relevan di pasar global. Kellermanns et al. (2016) menemukan bahwa bisnis keluarga yang mengadopsi teknologi baru memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan. Kolaborasi antara generasi muda, yang biasanya lebih terampil dalam teknologi digital, dan generasi yang lebih tua, yang lebih berpengalaman dalam manajemen bisnis, memainkan peran penting dalam proses transformasi digital. Oleh karena itu, kolaborasi dalam bisnis keluarga tidak hanya penting dalam pengelolaan operasional, tetapi juga dalam menanggapi perubahan pasar yang cepat dan dinamis.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk menggali secara mendalam peran perempuan dalam mengelola dan mengembangkan Toko Galuh sebagai bisnis keluarga. Subjek penelitian terdiri dari pemilik usaha yang seorang perempuan beserta anggota keluarga yang terlibat aktif dalam operasional toko. Data dikumpulkan melalui wawancara tentang peran perempuan dalam pengambilan keputusan strategis, strategi inovasi produk dan pemasaran, kolaborasi antar anggota keluarga dalam pengelolaan bisnis, tantangan yang dihadapi dalam adaptasi terhadap teknologi modern. Instrumen penelitian yang digunakan sebagai berikut :

Tabel 1. Lembar Observasi

Nama	: Ani
Jenis Kelamin	: Perempuan
Jabatan	: Pemilik Usaha

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana peran perempuan dalam pengambilan keputusan strategis di Toko Galuh?	Saya selalu memastikan bahwa keputusan strategis yang diambil tidak hanya membawa keuntungan, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai keluarga yang kami junjung
2	Bagaimana strategi inovasi produk serta pemasaran produk di Toko Galuh?	Terus memadukan inovasi dengan nilai-nilai tradisional yang menjadi identitas Toko Galuh. Dengan memanfaatkan teknologi dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan

3.	Bagaimana kolaborasi antar anggota keluarga dalam pengelolaan bisnis?	Tiap anggota masing-masing memegang kendali atas beberapa cabang Toko Galuh
4	Apa tantangan yang dihadapi dalam adaptasi terhadap teknologi modern	Kurangnya pengetahuan teknologi karena perlu waktu untuk mempelajarinya sebagai generasi tua. Serta harus mempunyai modal awal yang cukup besar untuk pembelian perangkat baru.

Tabel 2. Lembar Observasi

Nama : Rizka
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Anggota Keluarga : Anak Pertama

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana peran perempuan dalam pengambilan keputusan strategis di Toko Galuh?	Selalu mempertimbangkan terlebih dahulu dari segala aspek, dan resiko yang akan didapatkan sebelum membuat keputusan.
2	Bagaimana strategi inovasi produk serta pemasaran produk di Toko Galuh?	Selalu update dengan trend terbaru serta melakukan promosi secara online dengan membuat konten produk.
3	Bagaimana kolaborasi antar anggota keluarga dalam pengelolaan bisnis?	Melakukan evaluasi setiap cabang toko, dengan mendengarkan pendapat masing-masing dari setiap pemilik cabang.
4	Apa tantangan yang dihadapi dalam adaptasi terhadap teknologi modern	Persaingan dalam platform digital yang terus berkembang, membutuhkan ide kreatif yang lebih banyak dan unik.

Tabel 3. Lembar Observasi

Nama : Ade
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Anggota keluarga : Anak Kedua

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana peran perempuan dalam pengambilan keputusan strategis di Toko Galuh?	Ibu sangat tegas dalam mengambil keputusan, tetapi beliau selalu membuka ruang diskusi. Keputusan yang diambil seringkali berdasarkan pengalaman beliau yang luas dalam mengelola bisnis.

2	Bagaimana strategi inovasi produk serta pemasaran produk di Toko Galuh?	Mencoba beradaptasi dengan cara pemasaran yang lebih modern dan mengikuti perkembangan tren digital yang lebih diminati konsumen muda.
3	Bagaimana kolaborasi antar anggota keluarga dalam pengelolaan bisnis?	Selalu memastikan bahwa setiap anggota keluarga tahu perannya masing-masing, sehingga tidak ada tumpang tindih dalam pekerjaan. Ini membuat pekerjaan menjadi lebih efisien
4	Apa tantangan yang dihadapi dalam adaptasi terhadap teknologi modern	Tantangan terbesar dalam adaptasi teknologi adalah menjaga keamanan data, baik data pelanggan maupun informasi keuangan bisnis. Untuk itu harus berhati-hati dalam memilih software yang memiliki sistem keamanan yang baik

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelolaan Toko Galuh merupakan hasil dari kolaborasi antara ibu sebagai pemilik usaha dan anak-anaknya yang masing-masing memiliki peran strategis dalam menjalankan bisnis. Berdasarkan lembar observasi terhadap tiga anggota keluarga, Toko Galuh mengelola bisnis dengan kolaborasi keluarga yang solid, di mana peran perempuan, terutama ibu sebagai pemilik usaha, sangat dominan dalam pengambilan keputusan strategis. Ibu selalu memastikan keputusan yang diambil tidak hanya menguntungkan finansial tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai keluarga. Meskipun tegas dalam mengambil keputusan, ibu tetap membuka ruang untuk diskusi dengan anggota keluarga lainnya, yang membuat keputusan yang diambil lebih matang dan berbasis pengalaman. Rizka sebagai anak pertama selalu mempertimbangkan berbagai aspek dan risiko sebelum membuat keputusan, sementara Ade, anak kedua, melihat pentingnya pembagian peran yang jelas antar anggota keluarga, agar operasional bisnis lebih efisien.

Strategi inovasi produk dan pemasaran di Toko Galuh memadukan nilai tradisional dengan pendekatan modern. Ani, sebagai pemilik usaha, memastikan bahwa inovasi tetap mengedepankan identitas keluarga yang telah ada, sambil memanfaatkan teknologi untuk menjaga hubungan dengan pelanggan. Rizka lebih fokus pada pembaruan produk yang mengikuti tren terbaru, serta memanfaatkan media sosial untuk promosi. Ade berfokus pada pemasaran yang sesuai dengan tren digital, yang lebih diminati konsumen muda, sehingga memperluas jangkauan pasar. Kolaborasi antar anggota keluarga berjalan baik dengan adanya pembagian tugas yang jelas. Setiap anggota keluarga bertanggung jawab pada bagian mereka masing-masing, misalnya dalam mengelola cabang toko. Hal ini membuat bisnis berjalan lebih efisien dan setiap cabang dapat beroperasi secara mandiri meski tetap berada dalam kendali keluarga. Evaluasi rutin terhadap cabang-cabang juga dilakukan untuk memastikan bahwa setiap bagian berjalan sesuai dengan tujuan bisnis.

Namun, adaptasi terhadap teknologi modern menjadi tantangan besar, terutama bagi generasi yang lebih tua yang kurang familiar dengan perangkat digital. Ani menyebutkan

bahwa waktu yang dibutuhkan untuk mempelajari teknologi dan investasi awal untuk perangkat baru menjadi hambatan. Selain itu, persaingan yang semakin ketat di dunia digital menuntut ide kreatif yang lebih banyak untuk menarik perhatian pelanggan. Keamanan data juga menjadi tantangan utama, di mana Toko Galuh harus memilih perangkat yang memiliki sistem keamanan yang baik untuk melindungi informasi pelanggan dan bisnis.

V. SIMPULAN

Toko Galuh menunjukkan bagaimana kekuatan kolaborasi keluarga, terutama peran perempuan dalam pengambilan keputusan strategis, dapat menjadi faktor kunci keberhasilan bisnis. Perempuan, khususnya ibu sebagai pemilik usaha, memainkan peran penting dalam membuat keputusan yang tidak hanya mengutamakan keuntungan tetapi juga selaras dengan nilai-nilai keluarga. Keputusan yang diambil melalui diskusi bersama anggota keluarga lainnya menciptakan fondasi yang lebih matang dan mengakomodasi berbagai perspektif.

Inovasi produk dan pemasaran juga menjadi bagian penting dalam perkembangan bisnis ini. Kombinasi antara nilai tradisional yang dijaga dan inovasi teknologi yang digunakan menunjukkan kemajuan Toko Galuh dalam menghadapi perubahan zaman. Promosi produk yang dilakukan melalui platform digital semakin memperluas jangkauan pasar, sementara tetap mempertahankan kualitas produk yang menjadi identitas mereka. Meski demikian, Toko Galuh menghadapi tantangan dalam beradaptasi dengan teknologi modern. Terutama bagi generasi yang lebih tua yang belum terbiasa dengan perangkat digital, serta tantangan dalam mempertahankan keamanan data bisnis yang sangat penting di dunia digital saat ini. Namun, melalui pembagian tugas yang jelas dan evaluasi rutin, anggota keluarga dapat bekerja sama secara efisien untuk menjaga kelangsungan dan pertumbuhan bisnis.

Secara keseluruhan, Toko Galuh berhasil mengelola transisi antara tradisi dan teknologi, dengan peran perempuan yang sangat signifikan dalam kepemimpinan. Kolaborasi yang efektif antar anggota keluarga dan kemampuan untuk beradaptasi dengan tren pasar digital menjadi kunci kesuksesan bisnis ini dalam jangka panjang. Untuk studi lanjutan, penelitian ini dapat diperluas dengan melibatkan sampel yang lebih besar dan beragam, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih representatif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan bisnis keluarga, khususnya dalam peran perempuan, inovasi produk, dan adaptasi terhadap teknologi modern. Dengan melibatkan lebih banyak bisnis keluarga dari berbagai sektor, penelitian dapat menggali lebih dalam perbedaan-perbedaan dalam strategi yang diterapkan serta tantangan yang dihadapi di berbagai konteks. Hal ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang lebih generalis dan aplikatif bagi pelaku bisnis keluarga lainnya.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573–596.

Bohra, A. (2019). Women's leadership in family businesses: Creating a sustainable future. *Family Business Review*, 32(1), 60–73.

- Brush, C. G. (2006). A resource-based view of women's entrepreneurship: An overview and some thoughts on future research. *Journal of Business Venturing*, 21(5), 684–702.
- Brush, C. G., Greene, P. G., & Balachandra, L. (2009). The role of women entrepreneurs in economic development: A global perspective. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(2), 17–38.
- Carter, N. M., Shaw, E., Lam, W., & Wilson, F. (2015). Gender and entrepreneurship: An empirical review of the literature. *International Small Business Journal*, 33(3), 256-273.
- Dyer, W. G., & Dyer, J. H. (2016). The family business: Its role in the economy and society. *Journal of Family Business Strategy*, 7(3), 137–141.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2020). Global report 2020/2021: Global entrepreneurship monitor.
- Kellermanns, F. W., Eddleston, K. A., & Zellweger, T. M. (2016). Exploring the influence of family business culture on family business performance. *Journal of Business Venturing*, 31(6), 618-633.
- McKinsey & Company. (2020). Women in leadership: Lessons from the COVID-19 pandemic. Retrieved from
- Sharma, P., & Chrisman, J. J. (2007). A comprehensive review of the literature on family business research. *Journal of Business Venturing*, 22(6), 607-648.