



# PENGEMBANGAN INSTRUMEN SOCIO EMOTIONAL LTH WE A

M.Si  
M.Sc  
M.Si

**UNIMMA**  
**PRESS**  
Universitas Muhammadiyah Magelang

Dr. Lilik Andriyani, S.E.,  
Yulinda Devi Pramita, S.E.,  
Veni Soraya Dewi, S.E.,

# **Pengembangan Instrumen Socioemotional Wealth**

Dr. Lilik Andriyani, S.E., M.Si  
Yulinda Devi Pramita, S.E., M.Sc  
Veni Soraya Dewi, S.E., M.Si

# **Pengembangan Instrumen Socioemotional Wealth**

ISBN: 978-623-7261-71-1

Hak Cipta 2018 pada Penulis

Hak penerbitan pada UNIMMA PRESS. Bagi mereka yang ingin memperbanyak sebagian isi buku ini dalam bentuk atau cara apapun harus mendapatkan izin tertulis dari penulis dan penerbit UNIMMA PRESS.

## **Penulis:**

Dr. Lilik Andriyani, S.E., M.Si  
Yulinda Devi Pramita, S.E., M.Sc  
Veni Soraya Dewi, S.E., M.Si

## **Editor:**

Dr. Wawan Sadtyo Nugroho, SE., M.Si

## **Desain sampul:**

Khalid Navin



## **Penerbit:**

UNIMMA PRESS

Gedung Rektorat Lt. 3 Kampus 2 Universitas Muhammadiyah Magelang

Jl. Mayjend. Bambang Soegeng, Mertoyudan, Magelang 56172

Telp. (0293) 326945

E-Mail: [unimmapress@ummgl.ac.id](mailto:unimmapress@ummgl.ac.id)

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

All Right Reserved

Cetakan I, \_\_\_\_\_2022

## KATA PENGANTAR

---

---

Teori Socioemotional Wealth (SeW) menyatakan bahwa bisnis untuk generasi yang akan datang umumnya dipandang sebagai tujuan utama perusahaan keluarga, sehingga keterlibatan keluarga dalam bisnis keluarga merupakan sesuatu yang penting. Model Strategi keunggulan bersaing bagi UMKM keluarga memiliki keunikan dari sisi pengelolaan bertujuan memberikan pandangan baru bahwa bisnis keluarga berbeda dengan bisnis non keluarga. Kepentingan keluarga untuk mempertahankan transgenerasional bisnis keluarga tidak pernah menjadi bahasan penting para peneliti, regulator, dan UMKM keluarga itu sendiri tetapi sangat berdampak pada strategi keunggulan bersaing dan keberlanjutan UMKM keluarga. Perluasan pandangan ini dengan menambahkan konstruk investasi dan kemitraan serta lingkungan, karena lingkungan adalah salah satu ukuran kinerja perusahaan yang harus dipertimbangkan. Selanjutnya penelitian ini menggunakan konstruk kinerja bisnis keluarga yang disesuaikan melalui triple bottom line, serta melihat dampak penggunaan Fiber Plus terhadap kinerja bisnis keluarga.

Fiber Plus SeW merupakan pengembangan dari Fiber yang bertujuan memberikan pandangan baru bahwa untuk menjaga reputasi dan transgenerasional bisnis keluarga tidak hanya dengan mempertahankan endowment affective, tetapi juga dengan istilah "extended" merupakan tujuan ekonomi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia sebagian besar dikelola oleh keluarga. Keterlibatan keluarga bertujuan untuk mempertahankan bisnis keluarga agar dapat hidup berkelanjutan. Namun, pengelolaan bisnis keluarga memiliki keterbatasan dalam hal kemampuan manajerial, jalinan kemitraan, kemampuan teknologi informasi, dan keterbatasan lain yang disebabkan faktor internal UMKM yang berdampak rendahnya kinerja dan daya saing. Kebaruan hasil penelitian ini berupa model yang terletak pada penciptaan item-item konstruk penelitian Fiber di UMKM; pengembangan menjadi Fiber Plus; kinerja bisnis keluarga dengan Triple bottom line yang disesuaikan dengan kondisi UMKM di Indonesia. Hasil penelitian ini mendukung Rencana Induk Penelitian (RIP) Universitas

Muhammadiyah Magelang melalui riset pengembangan entrepreneurship.

# DAFTAR ISI

---

---

KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB 1 KONSEP DASAR SOCIOEMOTIONAL WEALTH.....	8
A. Latar Belakang .....	8
BAB 2 SOSIOEMOTIONAL WEALTH SEBAGAI GRAND THEORY .....	13
A. Isu Internasional dan Nasional Terkait SosioemotionalWealth	13
B. Review Fiber Plus dan Kinerja Bisnis Keluarga.....	15
C. Rekam Jejak dan Roadmap Riset Penulis .....	16
BAB 3 MEMBANGUN INSTRUMEN FIBER PLUS.....	17
A. Peta Rencana (Roadmap) .....	17
BAB 4 IMPLEMENTASI INSTRUMEN FIBER PLUS.....	21
A. Hasil Uji Produk (Instrumen).....	21
B. Hasil Uji Asosiasi (Regresi).....	29
BAB 5 FIBER PLUS PADA KINERJA UMKM.....	31
A. Pembahasan Uji Instrumen .....	31
B. FIBER Plus terhadap Kinerja UMKM .....	33
DAFTAR PUSTAKA .....	36
HASIL SCANNING SIMILARITY .....	39
BIOGRAFI PENULIS.....	40

## DAFTAR TABEL

---

---

Tabel 1.....	27
Tabel 2.....	30
Tabel 3.....	31
Tabel 4.....	34
Tabel 5.....	34
Tabel 6.....	35
Tabel 7.....	35
Tabel 8.....	36

## DAFTAR GAMBAR

---

---

Gambar 1.1 .....	12
Gambar 1.2 .....	13
Gambar 1.3 .....	14
Gambar 2.1 .....	19
Gambar 3.1 .....	22
Gambar 3.2 .....	23
Gambar 3.3 .....	24

# **BAB 1**

## **KONSEP DASAR *SOCIOEMOTIONAL WEALTH***

### **A. Latar Belakang**

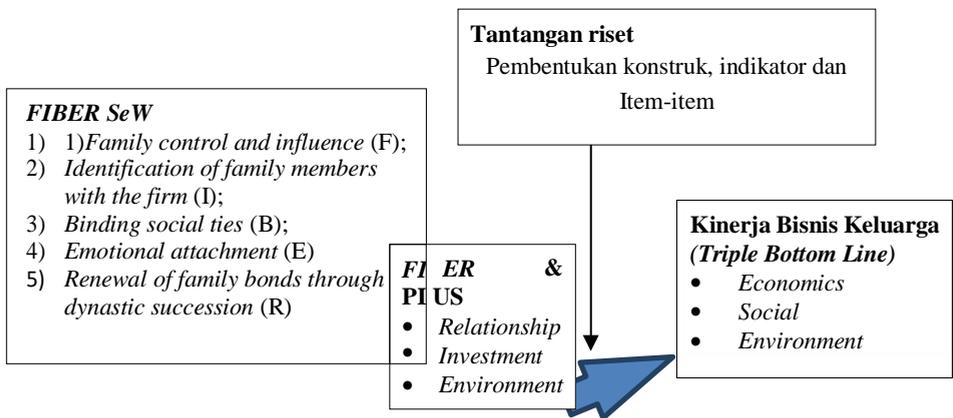
Kenyataannya, UMKM di Indonesia memiliki potensi besar terhadap perekonomian hal ini terbukti bahwa mereka dapat survive pada kondisi krisis. Namun, sebagian besar manajemen UMKM dikelola secara tradisional, mandiri dan turun-temurun (diwariskan oleh pendiri), sehingga memiliki keterbatasan pengelolaan secara profesional seperti kemitraan, akses/kemampuan teknologi informasi, akses investasi, tidak melek (bahasa Jawa) lingkungan dan sebagainya [4]. Pengelolaan turun-temurun bertujuan mempertahankan eksistensi keluarga dalam bisnis, hal ini merupakan tujuan non-ekonomi. Sesuai dengan pandangan SeW bahwa bisnis keluarga dipertahankan agar dapat diteruskan kepada keturunannya (transgenerasional) [1].

Fiber Plus SeW merupakan pengembangan dari Fiber yang bertujuan memberikan pandangan baru bahwa untuk menjaga reputasi dan transgenerasional bisnis keluarga tidak hanya dengan mempertahankan endowment affective, tetapi juga dengan istilah “extended” merupakan tujuan ekonomi.

Perluasan pandangan ini dengan menambahkan konstruk investasi dan kemitraan [2] serta lingkungan [3], karena lingkungan adalah salah satu ukuran kinerja perusahaan yang harus dipertimbangkan [5]. Selanjutnya buku ini menggunakan konstruk kinerja bisnis keluarga yang disesuaikan melalui *triple bottom line* [5], serta melihat dampak penggunaan Fiber Plus terhadap kinerja bisnis keluarga.

Pembahasan SeW di UMKM memang belum mendapatkan perhatian bagi para peneliti/penulis kemungkinan ada beberapa hal yang mendasari, pertama tidak tersedia *data archival* (misalnya laporan keuangan, laporan kinerja, dan laporan lainnya) karena manajemen dan tata kelola keuangan masih bersifat tradisional [6]. Alasan kedua adalah tidak tersedianya konstruk yang tepat serta pengembangannya menjadi item-item konstruk di UMKM untuk penelitian-penelitian survei. Hal ini terbukti pada beberapa artikel yang dilakukan sebelumnya [1, 2, 7-9] masih terkonsentrasi pada bisnis keluarga perusahaan besar dengan modal saham, sedangkan isu yang menjadi perhatian di UMKM masih sangat terbatas pada teori agensi dengan kinerja [10] dan keterlibatan keluarga dengan investasi [11], sedangkan penelitian di UMKM tentang sosioemotional dan kinerja [12, 13] masih membahas hubungan antar variabel-variabel penelitian belum mengkaji bagaimana membangun konstruk penelitian yang tepat di UMKM. Ketidaktepatan penggunaan konstruk, indikator, dan item-item konstruk memiliki dampak kualitas validitas internal dan inferensi penelitian sehingga dapat menimbulkan bias.

Buku ini mengusulkan model Fiber menjadi Fiber Plus dan dampaknya terhadap kinerja bisnis keluarga UMKM. Buku ini menghasilkan model konstruk Fiber Plus dan kinerja bisnis keluarga dilengkapi item-item dalam setiap konstruk spesifik di UMKM yang memiliki potensi paten (patentable). Hasil penelusuran terstruktur di Pangkalan Data Kekayaan Intelektual (<https://pdki-indonesia.dgip.go.id/>).



Gambar 1.1. Mekanisme pembentukan model Socioemotional Wealth

## **BAB 2**

### **SOSIOEMOTIONAL WEALTH SEBAGAI GRAND THEORY**

#### **A. Isu Internasional dan Nasional Terkait Socioemotional Wealth**

Teori SeW menyatakan bahwa bisnis untuk generasi yang akan datang umumnya dipandang sebagai tujuan utama perusahaan keluarga, sehingga keterlibatan keluarga dalam bisnis keluarga merupakan sesuatu yang penting. Isu internasional socioemotional wealth sudah menjadi perhatian banyak peneliti sebelumnya seperti di industri bisnis perusahaan besar [1-3, 16-20]. Begitu pula keterlibatan keluarga pada bisnis UMKM [12, 13], kinerja bisnis keluarga UMKM dan keterlibatan keluarga [10, 21]. Terdapat penelitian di UMKM dengan SeW namun menggunakan data archival [12]. Penelitian ini dengan theory SeW mengembangkan konstruk Fiber SeW pemilik bisnis keluarga [1], yang meliputi: 1) Family control and influence (F); 2) Identification of family members with the firm (I); 3) Binding social ties (B); 4) Emotional attachment (E); 5) Renewal of family bonds through dynastic succession (R). Fitur kunci yang membedakan bisnis keluarga dengan bisnis non-keluarga adalah bahwa refferent point berasal dari aspek non-finansial bisnis, atau endowment sosioemosional [22]. Pemilik bisnis keluarga tidak hanya termotivasi oleh return keuangan, tetapi juga dengan socioemotional wealth mereka melalui kontrol perusahaan dan transgenerasional [22].

Prioritas mengejar praktik bisnis yang sehat lebih condong untuk kepentingan jangka pendek dan tertuju pada kepentingan keluarga [23], sehingga pengambilan keputusan dalam bisnis keluarga lebih didorong oleh aspek non-ekonomi agar memenuhi kebutuhan afeksi keluarga [24] yang berbeda dengan pengambilan keputusan strategi pada bisnis non-keluarga [16]. Selanjutnya isu penelitian di Indonesia belum mengarah ke pengembangan Socioemotional Wealth. Beberapa penelitian UMKM yang ada masih terkait dengan kemitraan seperti afiliasi partnership dengan UMKM [25], hubungan politik terhadap aksesibilitas pendanaan UMKM, adopsi software service (Teknologi Informasi) dan UMKM [26], sosial media networking UMKM [27]. Penelitian tentang Investasi meliputi pengembangan inovasi bisnis UMKM [28], inovasi dan kinerja UMKM [29], Teknologi Informasi [30, 31], strategi investasi [32], peran hak cipta dengan UMKM [33]. Beberapa hambatan besar yang dihadapi UMKM telah menjadi perhatian peneliti di Indonesia seperti kompetisi, akses keuangan, faktor ekonomi, teknologi, kemampuan manajerial, inefisiensi produksi, proses, sales, keuangan, keterbatasan bahan baku, dan harga energi [4]. Namun, penelitian tentang lingkungan di UMKM belum menjadi perhatian para peneliti sebelumnya. Begitu juga beberapa penelitian tersebut belum mengarah kepada kajian teoritis seperti pembahasan konstruk pada teori SeW.

Lebih lanjut beberapa penelitian di luar Indonesia menunjukkan bahwa keterlibatan keluarga pada transaksi bisnis keluarga di UMKM memiliki dampak selain dapat mempertahankan SeW juga meningkatkan kinerja bisnis keluarga di US [12], meningkatkan tata kelola bisnis keluarga di Hungaria [21], sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa keterlibatan keluarga dalam bisnis justru dapat memperlemah kinerja bisnis keluarga di Italia [10].

Perbedaan temuan di beberapa negara tersebut memotivasi penelitian ini untuk menguji keterlibatan keluarga dalam Fiber Plus SeW dan dampaknya terhadap kinerja bisnis keluarga di Indonesia yang belum pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

## **B. Review Fiber Plus dan Kinerja Bisnis Keluarga**

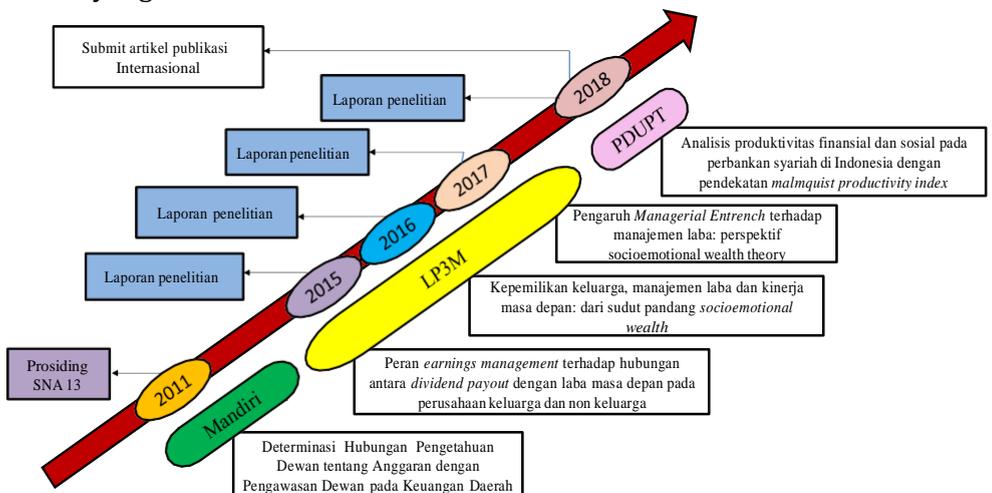
Pengembangan dari Fiber menjadi Fiber Plus dilakukan melalui pembentukan konstruk, indikator, dan item-item konstruk pada UMKM. Fiber Plus dengan kemitraan, investasi, dan lingkungan merupakan dimensi yang penting bagi bisnis UMKM untuk menjaga reputasi dan transgenerasional bisnis keluarga, sehingga bisnis keluarga mampu bertahan hidup. Penambahan konstruk ini sangat penting untuk menyesuaikan kondisi praktis UMKM di Indonesia. Selain mengembangkan Fiber menjadi Fiber Plus, penelitian ini menggunakan konstruk kinerja bisnis keluarga dengan konsep Triple Bottom Line [5] yang disesuaikan dengan UMKM. Konstruk yang dihasilkan dapat dipergunakan sebagai rujukan bagi para peneliti survei bisnis keluarga UMKM di Indonesia.

Lebih lanjut upaya pembangunan kuisisioner/instrumen penelitian survei di UMKM belum pernah dilakukan seperti membangun konstruk, indikator, dan item-item konstruk yang tepat. Pembangunan instrumen sangat penting agar memperoleh validitas isi yang baik supaya item-item pertanyaan pada instrumen penelitian tidak membingungkan dan tidak ambiguous [34]. Padahal ketepatan penggunaan instrumen penelitian bagi para peneliti di UMKM penting untuk mendapatkan hasil riset yang memiliki validitas cukup tinggi sehingga hasil penelitian tidak bias.

Validitas yang tinggi memberikan kontribusi nyata dan dapat dipergunakan untuk evaluasi kinerja objek yang diteliti. Pembahasan dalam buku ini memiliki arti penting untuk mengintegrasikan teori-teori yang ada dan penelitian-penelitian sebelumnya sebagai sarana untuk menyusun instrumen Fiber Plus sehingga dapat menghasilkan instrumen dengan validitas internal yang baik. Dengan alasan bahwa penelitian survei memiliki keterbatasan yaitu validitas internal rendah, namun memiliki validitas eksternal yang baik yaitu generalisasi penelitian. Instrumen yang terbentuk ini juga dipergunakan sebagai evaluasi kinerja bisnis keluargaUMKM pada lingkungan yang sebenarnya.

### C. Rekam Jejak dan Roadmap Riset Penulis

Riset tentang bisnis keluarga telah dilakukan sejak tahun 2011. Namun, tentang Sosioemotional Wealth dan bisnis keluarga telah dimulai sejak tahun 2015-2017. Rekam jejak penelitian selama beberapa tahun terakhir ditunjukkan pada Gambar 2.1. Pada sisi horisontal menunjukkan topik-topik risetnya, sementara pada sisi vertikal menunjukkan luaran-luaran yang telah dihasilkan.



Gambar 2.1. Rekam Jejak dan Roadmap Penulis

# BAB 3

## MEMBANGUN INSTRUMEN FIBER PLUS

### A. Peta Rencana (Roadmap)

**Tahap pertama** berfokus untuk mengembangkan konstruk Fiber [1] menjadi Fiber Plus serta mengembangkan kinerja bisnis keluarga dengan kegiatan yang mencakup:

#### A. Membuat Instrumen Awal Fiber Plus

1. Menentukan klaster masing-masing industri UMKM bisnis keluarga menggunakan CFS (Correlation Based Feature Selection) [35]. CFS merupakan teknik statistik yang berguna untuk mengelompokkan objek ataupun variabel ke dalam beberapa kelompok tertentu yang setiap objek atau variabel yang terbentuk memiliki sifat dan karakteristik yang berdekatan. *Metode Correlation Based Feature Selection* untuk penghitungan dan perbandingan tingkat korelasi antara masing-masing variabel dengan variabel class-nya dan antara variabel dengan variabel lainnya. Klasterisasi awal meliputi jenis usaha, umur bisnis keluarga, dan tata kelola bisnis. Guna mendapatkan kelompok klaster, konstruk, dan item-item konstruk yang tepat maka dilakukan wawancara terstruktur.

2. Membentuk definisi konstruk Fiber Plus yang difokuskan pada teori Socioemotional Wealth. Selanjutnya indikator dan item konstruk dibentuk [36], melalui tahapan sebagai berikut:

#### a. Pembentukan awal

Pembentukan awal dilakukan dengan mengkaji hasil-hasil penelitian sebelumnya dan teori yang relevan untuk mendapatkan item-item pembentuk konstruk SeW. Terdapat lima dimensi Fiber konstruk SeW dan tiga konstruk extended SeW, serta konstruk kinerja bisnis keluarga menggunakan Triple Bottom Line [5] yang disesuaikan dengan kondisi UMKM.

## **b. Pre test**

Pre test dilakukan dalam bentuk studi pilot dengan melibatkan partisipan FGD untuk mengkonfirmasi item-item yang membentuk konstruk-konstruk tersebut. Pre test digunakan untuk menguji validitas isi (content validity). Validitas isi digunakan untuk menunjukkan tingkat seberapa besar item-item di instrumen mewakili konsep yang diukur. Hasil dari pre test ini adalah untuk membuang atau mengganti item-item yang kurang cocok dalam membentuk konstruk-konstruk diinginkan. Pre test dilakukan dengan membentuk panel pakar yang terdiri dari pakar/hakim. Para pakar adalah untuk mengkonfirmasi kebenaran item-item yang membentuk konstruk.

Penggunaan pakar/hakim dilakukan dengan prosedur [34] sebagai berikut:

1. Para hakim diminta mengurutkan item-item ke dalam kategori konstruk
2. Hakim-hakim kemudian diberikan definisi dari masing- masing konstruk, tanpa diberi nama konstruk atau label dari konstruk, dengan maksud untuk menghindari bias intrepresasional. Namun guna menghindari bias intrepresasional hakim-hakim diminta untuk memberikan nama sendiri pada konstruk.

Hasil penilaian oleh hakim-hakim dimaksudkan untuk menilai awal reliabilitas dan validitas konstruk. Validitas konstruk digunakan untuk menentukan item-item saja yang valid membentuk konstruk-konstruk tersebut.

## **c. Melakukan Uji Instrumen**

Uji instrumen dimaksudkan untuk menguji lebih lanjut validitas dan reliabilitasnya. Ini merupakan uji kedua (pilot kedua) yang merupakan uji pilot skala penuh (full scale) dimaksudkan untuk menguji tingkat reliabilitas lebih lanjut dengan menggunakan responden-responden yang memiliki latar belakang yang sama dengan target penelitian. Uji lapangan akhir (field test) untuk menguji reliabilitas dan validitas konstruk dengan menggunakan responden sepenuhnya.

## B. Menguji Hubungan Fiber Plus dengan Kinerja Bisnis Keluarga

Setelah ditemukan konstruk dan item-item penelitian valid maka selanjutnya dilakukan uji regresi linear berganda. Uji ini dimaksudkan untuk membuktikan secara empiris dampak Fiber Plus terhadap kinerja bisnis keluarga UMKM dengan menggunakan data penelitian pilot di tahun pertama dan data penelitian riil di tahun kedua. Formulasi regresi adalah pada Gambar 3.1.

$$P = \alpha_0 + \beta_1 F + \beta_2 I + \beta_3 B + \beta_4 E + \beta_5 R + \beta_6 Re + \beta_7 In + \beta_8 En + \varepsilon.$$

Keterangan:

$P$  = Kinerja bisnis keluarga dengan menggunakan *proxy economic, social, dan environment*

$F$  = *Family control and influence*

$I$  = *Identification of family members with the firm*

$B$  = *Binding social ties*

$E$  = *Emotional attachment*

$R$  = *Renewal of family bonds through dynastic succession*

$Re$  = *Relationship*

$In$  = *Investment*

$En$  = *Environment*

$\beta_1 - \beta_8$  = koefisien *Fiber Plus*

$\varepsilon$  = *error term (residual)*

Gambar 3.1. Uji Regresi Fiber Plus dengan Kinerja Bisnis Keluarga

**Tahap kedua** dimaksudkan untuk menguji validitas isi dan validitas eksternal yang baik. Item-item konstruk yang telah terbentuk dan telah diterapkan pada survei (Final Pilot) sebelumnya, diimplementasikan di area yang lebih luas yaitu Jawa Tengah dan DIY. Berdasarkan hasil tersebut kemudian dilakukan review oleh pakar/ahli. Konstruk dan item-item yang memiliki tingkat validitas dan reliabilitas tinggi menunjukkan validitas eksternal baik, sehingga instrumen yang digunakan dapat digenerasiasikan pada penelitian survei UMKM se-Indonesia. Namun sebaliknya, jika instrumen yang digunakan memiliki validitas dan reliabilitas kurang baik, mengandung arti bahwa instrumen tersebut hanya bisa digunakan pada area penelitian awal saja. Guna mendapatkan instrumen yang dapat digunakan pada area yang lebih luas

maka dilakukan evaluasi dan perbaikan (review pakar) sampai memperoleh instrumen yang memiliki validitas dan reliabilitas baik.

# BAB 4

## IMPLEMENTASI INSTRUMEN FIBER PLUS

### A. Hasil Uji Produk (Instrumen)

Uji produk (instrumen) menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas instrumen menggunakan uji Pearson Correlation dan Confirmatory Factor Analysis. Pengujian validitas instrument memperlihatkan indikator-indikator yang mengelompokkan sesuai dengan dimensionalitas yang terdapat pada masing-masing konstruk. Uji reliabilitas konstruk diukur dengan menggunakan Cronbach's Alpha yang mencerminkan konsistensi internal suatu alat ukur.

1. Uji validitas *Pearson Correlation* sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas Variabel**

Variabel	Butir	Sig. (2 tailed)	Pearson Correlation	Kesimpulan
<b>Family Control and Influence (FC)</b>	FC1	0,000	0,678**	Valid
	FC2	0,000	0,785**	Valid
	FC3	0,000	0,782**	Valid
	FC4	0,000	0,383**	Valid
	FC5	0,000	0,632**	Valid
	FC6	0,000	0,583**	Valid
<b>Identification of Family Members with the Firm (IFM)</b>	IFM1	0,000	0,693**	Valid
	IFM2	0,000	0,796**	Valid
	IFM3	0,000	0,755**	Valid
	IFM4	0,000	0,670**	Valid
	IFM5	0,000	0,679**	Valid
	IFM6	0,000	0,723**	Valid
<b>Binding Social Ties (BST)</b>	BST1	0,000	0,710**	Valid
	BST2	0,000	0,587**	Valid
	BST3	0,000	0,561**	Valid
	BST4	0,000	0,638**	Valid
	BST5	0,000	0,522**	Valid
<b>Emotional Attachment of Family Members (EA)</b>	EA1	0,000	0,453**	Valid
	EA2	0,000	0,697**	Valid
	EA3	0,000	0,690**	Valid

	EA4	0,000	0,611**	Valid
	EA5	0,000	0,649**	Valid
	EA6	0,000	0,604**	Valid
<b>Renewal of Family Bonds Through Dynastic Succession (RFB)</b>	RFB1	0,000	0,643**	Valid
	RFB2	0,000	0,508**	Valid
	RFB3	0,000	0,693**	Valid
	RFB4	0,000	0,663**	Valid
<b>Investment in the Company (ICMP)</b>	BST1	0,000	0,661**	Valid
	BST2	0,000	0,329**	Valid
	BST3	0,000	0,710**	Valid
	BST4	0,000	0,739**	Valid
	BST5	0,000	0,716**	Valid
<b>Investment in the Community (ICMM)</b>	ICMM1	0,000	0,677**	Valid
	ICMM2	0,000	0,706**	Valid
	ICMM3	0,000	0,693**	Valid
	ICMM4	0,000	0,499**	Valid
	ICMM5	0,000	0,747**	Valid
<b>Partnership (PARTN)</b>	PARTN1	0,000	0,666**	Valid
	PARTN2	0,000	0,705**	Valid
	PARTN3	0,000	0,784**	Valid
	PARTN4	0,000	0,746**	Valid
	PARTN5	0,000	0,796**	Valid
	PARTN6	0,000	0,758**	Valid
	PARTN7	0,000	0,844**	Valid
	PARTN8	0,000	0,853**	Valid
	PARTN9	0,000	0,533**	Valid
	PARTN10	0,000	0,749**	Valid
	PARTN11	0,000	0,797**	Valid
	PARTN12	0,000	0,757**	Valid
	PARTN13	0,000	0,756**	Valid
	PARTN14	0,000	0,554**	Valid
	PARTN15	0,000	0,743**	Valid
	PARTN16	0,000	0,680**	Valid
	PARTN17	0,000	0,798**	Valid
	PARTN18	0,000	0,752**	Valid
	PARTN19	0,000	0,827**	Valid
	PARTN20	0,000	0,676**	Valid
<b>Environmental Awareness (EA)</b>	EA1	0,000	0,809**	Valid
	EA2	0,000	0,795**	Valid
	EA3	0,000	0,894**	Valid
	EA4	0,000	0,830**	Valid
	EA5	0,000	0,860**	Valid
	EA6	0,000	0,820**	Valid
	EA7	0,000	0,785**	Valid
<b>Performance (PRFM)</b>	PRFM1	0,000	0,797**	Valid
	PRFM2	0,000	0,770**	Valid
	PRFM3	0,000	0,797**	Valid
	PRFM4	0,000	0,541**	Valid
	PRFM5	0,000	0,737**	Valid

PRFM6	0,000	0,718**	Valid
PRFM7	0,000	0,828**	Valid
PRFM8	0,000	0,830**	Valid
PRFM9	0,000	0,800**	Valid
PRFM10	0,000	0,828**	Valid
PRFM11	0,000	0,795**	Valid
PRFM12	0,000	0,832**	Valid
PRFM13	0,000	0,861**	Valid
PRFM14	0,000	0,696**	Valid
PRFM15	0,000	0,799**	Valid
PRFM16	0,000	0,794**	Valid
PRFM17	0,000	0,801**	Valid
PRFM18	0,000	0,644**	Valid
PRFM19	0,000	0,769**	Valid
PRFM20	0,000	0,790**	Valid
PRFM21	0,000	0,749**	Valid
PRFM22	0,000	0,625**	Valid
PRFM23	0,000	0,606**	Valid

\*\* Correlation is significant at the 0,01 level (2 tailed)

\* Correlation is significant at the 0,05 level (2 tailed)

Berdasarkan Tabel 1, pengujian validitas menggunakan uji *Pearson Correlation* dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan **valid** karena nilai korelasi signifikan di level  $< 0,01$ . Artinya konstruk yang digunakan menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak dibangun.

## 2. Uji *Confirmatory Factor Analysis*

### **KMO and Bartlett's Test**

Nilai KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) yang menunjukkan kecukupan dari sampel. Hasil KMO dan Bartlett's test terlihat angka KMO *Measure of sampling Adequacy* (MSA) berada di nilai  $> 0.5$ . Hal ini menunjukkan kecukupan dari sampel. Angka KMO dan Bartlett's test (yang tampak pada nilai chi-square) dan nilai signifikansi 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa adanya korelasi antar variabel dan layak dan dapat dilakukan proses lebih lanjut.

**Tabel 2**  
**Uji KMO and Bartlett's**

No	Variabel	<i>KMO and Bartlett's Test</i>			
		Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	Bartlett's Test of Sphericity		
			Approx. Chi-Square	df	Sig.
A	Family Control and Influence (dalam bisnis keluarga)	0,733	176,604	15	0,000
B	Identification of Family Members with the Firm	0,707	265,932	15	0,000
C	Binding Social Ties	0,652	47,813	10	0,000
D	Emotional Attachment of Family Members	0,742	126,67	15	0,000
E	Renewal of Family Bonds Through Dynastic Succession	0,642	32,745	6	0,000
F	Investment in the Company	0,790	158,121	10	0,000
G	Investment in the Community	0,566	159,707	10	0,000
H	Partnership	0,903	1600,419	171	0,000
I	Environmental Awarness	0,870	431.740	15	0,000
J	Performance	0,930	2114.926	253	0,000

**a) *Rotated Component Matrix***

Output selanjutnya yang dilihat adalah *rotated component matrix*. Tabel ini memperlihatkan *loading factor* pada masing- masing faktor. Prinsip analisis faktor eksploratori adalah setiap item dapat berkorelasi dengan semua faktor, namun item yang baik hanya memiliki loading factor tinggi pada faktor yang diukurnya saja. Dari pengaturan analisis untuk menghilangkan tampilan *loading factor* di bawah 0.5.

**Tabel 3**  
**Uji Confirmatory Factor Analysis**

No	Variabel	Rotated Factor Matrix		
		Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
<b>A</b>	<b>Family Control and Influence (dalam bisnis keluarga)</b>			
1	Modal usaha berasal dari keluarga		0,659	
2	Keputusan-keputusan penting dikendalikan oleh keluarga		0,785	
3	Usaha ini dipimpin langsung oleh anggota keluarga	0,783		
4	Beberapa pimpinan yang bukan anggota keluarga tetap mengatas namakan keluarga		0,722	
5	Pimpinan utama dalam usaha adalah anggota keluarga	0,818		
6	Keberlangsungan dan keberlanjutan kendali serta kemandirian keluarga merupakan tujuan utama bisnis keluarga	0,843		
<b>B</b>	<b>Identification of Family Members with the Firm</b>			
1	Rasa memiliki terhadap usaha keluarga tertanam kuat pada setiap anggota keluarga		0,659	
2	Keberhasilan usaha keluarga dirasakan sebagai keberhasilan anggota keluarga juga		0,785	
3	Usaha keluarga memiliki arti penting bagi anggota keluarga	0,783		
4	Terlibat dalam usaha keluarga membantu menentukan siapa diri kita		0,722	
5	Merupakan suatu kebanggaan jika keterlibatan anggota keluarga dalam usaha keluarga diketahui orang lain	0,818		
6.	Pelanggan sering mengaitkan "nama keluarga" dengan produk dan layanan usaha keluarga.	0,843		
<b>C</b>	<b>Binding Social Ties</b>			
1.	Usaha keluarga berperan aktif dalam kegiatan sosial di lingkungan masyarakat.	0,797		
2.	Karyawan yang bukan keluarga diperlakukan sebagai bagian dari keluarga.	0,666		
3.	Kontrak kerja lebih berdasarkan pada kepercayaan, norma dan hubungan timbal balik.	0,384		
4.	Membangun hubungan baik dengan pihak lain penting bagi usaha keluarga.	0,679		
5.	Kontrak dengan pemasok didasarkan pada hubungan jangka panjang dalam usaha keluarga.	0,459		
<b>D</b>	<b>Emotional Attachment of Family Members</b>			
1.	Emosi dan sentimen sering memengaruhi proses pengambilan keputusan dalam usaha keluarga.		0,909	
2.	Usaha keluarga lebih mengutamakan kesejahteraan anggota keluarga, meskipun tidak terlibat dalam usaha.		0,545	
3.	Dalam usaha keluarga, ikatan emosional antara anggota keluarga sangat kuat.	0,676		
4.	Keputusan usaha memertimbangkan aspek ekonomi dan aspek rasa.	0,632		
5.	Ikatan emosional yang kuat di antara anggota keluarga menjaga konsep diri positif.	0,845		
6.	Dalam menjalankan usaha, anggota keluarga merasakan keakraban satu sama lain.	0,821		

<b>E</b>	<b>Renewal of Family Bonds Through Dynastic Succession</b>	<b>Component Matrix</b>	
1.	Menjaga keberlangsungan tradisi keluarga merupakan tujuan penting bagi usaha keluarga	0,731	
2.	Anggota keluarga jarang memerhitungkan investasi jangka pendek	0,126	
3.	Anggota keluarga tidak akan menjual usaha keluarga	0,744	
4.	Bagi setiap anggota keluarga, mewariskan keberhasilan usaha kepada keturunan merupakan tujuan penting.	0,774	
<b>F</b>	<b>Investment in the Company</b>		
1.	Investasi pengembangan produk dan inovasi lainnya (teknologi, pemasaran, dll) dilakukan dalam usaha keluarga	0,711	
2.	Investasi pengembangan produk dan inovasi lainnya (teknologi, pemasaran, dll) dirasa berisiko karena tingkat ketidakpastian yang tinggi dan perubahan teknologi yang sangat cepat.	-0,285	
3.	Pengembangan keunggulan bersaing melalui inovasi produk dan prosesnya dirasa sangat penting untuk keberhasilan usaha keluarga.	0,794	
4.	Pengembangan keunggulan bersaing melalui inovasi produk dan prosesnya dirasa sangat penting untuk mengatasi hambatan terkait teknologi baru yang inovatif.	0,877	
5.	Pengembangan produk dan inovasi lainnya (teknologi, pemasaran, dll) mampu menghasilkan sumber daya yang berdaya saing sebagai kekuatan pendorong pertumbuhan usaha	0,849	
<b>G</b>	<b>Investment in the Community</b>		
1.	Untuk meningkatkan keuntungan usaha keluarga dirasa penting berinvestasi di luar usaha sendiri	0,751	
2.	Investasi di luar usaha utama lebih dipilih daripada investasi dalam usaha sendiri	0,909	
3.	Investasi di luar usaha lebih dipilih meskipun lebih berisiko	0,925	
4.	Untuk meningkatkan pendapatan usaha, dipilih investasi pada usaha yang sudah mapan	0,735	
5.	Investasi yang ditanamkan di luar usaha sendiri telah dapat meningkatkan pendapatan usaha.	0,878	
<b>H</b>	<b>Partnership</b>		
1.	Pengetahuan yang diberikan oleh mitra dapat mengatasi keterbatasan dan memberikan informasi serta meningkatkan ketrampilan	0,491	0,345
2.	Kemitraan memperkuat hubungan antar individu dan kelompok	0,702	
3.	Berbagi pengetahuan dengan mitra dapat meningkatkan pertumbuhan dan kinerja usaha	0,628	
4.	Peningkatan kerjasama dalam pengembangan produk dan inovasi dapat meningkatkan kinerja usaha	0,556	
5.	Kemitraan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi usaha	0,749	
6.	Fleksibilitas dan spesifikasi usaha dapat menguntungkan dan mempercepat inovasi	0,763	
7.	Usaha dengan kecukupan sumber daya untuk mengelola proses inovasi secara individual dapat mendorong kerjasama dengan mitra	0,718	
8.	Hubungan kemitraan mempercepat proses inovasi	0,721	

9.	Peningkatan kinerja usaha tergantung pada proses negosiasi melalui efektivitas rantai pasok		0,903
10.	Hubungan kolaboratif bermanfaat untuk meningkatkan efesiensi rantai pasok		0,758
11.	Hubungan kemitraan meningkatkan kepercayaan di antara usaha yang bermitra dan meningkatkan efisiensi	0,751	
12.	Hubungan kemitraan dapat menjaga reputasi usaha	0,838	
13.	Kemitraan bertujuan untuk meningkatkan reputasi dan kesamaan visi	0,567	
14.	Kemitraan dapat menjamin ketersediaan rantai pasok	0,480	0,611
15.	UKM menggunakan hubungan kemitraan untuk memfasilitasi pemasaran Internasional	0,688	
16.	Hubungan kemitraan dapat meningkatkan peluang bisnis dan pasar baru	0,845	
17.	Hubungan kemitraan dapat mengatasi keterbatasan sumber daya, pengalaman dan kredibilitas	0,798	
18.	Hubungan kemitraan dapat memudahkan pemilihan pasar dan memasuki pasar baru	0,564	
19.	Kerjasama kemitraan mengatasi risiko dan tantangan memasuki pasar baru	0,526	0,619
20.	Hubungan kemitraan meningkatkan keberhasilan UKM dalam mengidentifikasi peluang pasar baru dan membangun pengetahuan baru	0,491	0,345
<b>I Environmental Awerness</b>			
1.	Anggota keluarga menyadari pentingnya peduli lingkungan	0,845	
2.	Bahan baku dan alat yang digunakan dalam usaha ramah lingkungan	0,829	
3.	Usaha keluarga bertanggung jawab terhadap limbah yang diakibatkan	0,919	
4.	Anggota keluarga menyadari akan tanggung jawab mendaur ulang limbah yang diakibatkan	0,853	
5.	Sebagai warga masyarakat yang baik, usaha keluarga menunjukkan tanggung jawab sosial yang tinggi	0,862	
6.	Usaha keluarga berusaha menghindari tindakan yang tidak bertanggung jawab secara sosial	0,765	
<b>J Organizational Performance</b>			
1	Perolehan keuntungan dari investasi penting bagi usaha keluarga	0,554	0,591
2	Pengembalian modal bagi usaha keluarga penting	0,528	0,595
3	Usaha keluarga telah melakukan inovasi terhadap hasil produk		0,662
4	Kegiatan operasi dan kegiatan rutin dilakukan oleh bagian internal usaha keluarga.		0,762
5.	Usaha keluarga telah melakukan metode pemasaran yang tepat untuk meningkatkan omzet penjualan.		0,706
6.	Omzet penjualan mengalami peningkatan.		0,616
7.	Perolehan keuntungan penting bagi usaha keluarga.	0,705	
8.	Jumlah pelanggan penting bagi usaha keluarga.	0,773	
9.	Loyalitas pelanggan terhadap produk penting bagi usaha keluarga.	0,771	
10.	Kepuasan pelanggan penting bagi usaha keluarga.	0,834	
11.	Usaha keluarga memberikan keuntungan bagi pelanggan.	0,710	
12.	Usaha keluarga memenuhi kebutuhan yang diinginkan pelanggan.	0,696	
13.	Kemampuan karyawan merupakan hal penting bagi usaha keluarga.	0,758	
14.	Usaha keluarga menganggap kepuasan karyawan penting.	0,681	

15	Motivasi, dorongan, dan garis tanggung jawab yang jelas penting bagi usaha keluarga.	0,780	
16	Reputasi yang baik bagi usaha keluarga adalah penting	0,807	
17	Usaha keluarga memperlakukan pelanggan dengan baik	0,802	
18	Usaha keluarga telah mendapat perhatian dari media sosial.	0,600	
19	Karyawan merasa bangga menjadi bagian dari usaha keluarga		0,528
20	Perhatian terhadap pihak lain (masyarakat) penting bagi usaha keluarga	0,580	0,529
21	Perbaikan/pemulihan lingkungan mendapat perhatian bagi usaha keluarga.		0,634
22	Usaha keluarga telah melakukan daur ulang dan menggunakan kembali residu (buangan).		0,757
23	Tuntutan terhadap lingkungan penting bagi usaha keluarga		0,735

### 3. Uji Reliabilitas

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel**

Variabel	r alpha	Keterangan
Family Control and Influence (FC)	0,701	Reliabel
Identification of Family Members with the Firm (IFM)	0,799	Reliabel
Binding Social Ties (BST)	0,550	Reliabel
Emotional Attachment of Family Members (EA)	0,635	Reliabel
Renewal of Family Bonds Through Dynastic Succession (RFB)	0,461	Reliabel
Investment in the Company (ICMP)	0,498	Reliabel
Investment in the Community (ICMM)	0,684	Reliabel
Partnership (PARTN)	0,952	Reliabel
Environmental Awareness (EA)	0,919	Reliabel
COVID_BSC (CVD)	0,852	Reliabel
Performance (PRFM)	0,964	Reliabel

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam kuesioner ini dinyatakan reliabel. Hal ini dibuktikan dengan besarnya cronbach's alpha lebih dari 0,60.

Reliabilitas konstruk diukur dengan menggunakan Cronbach's Alpha yang mencerminkan konsistensi internal suatu alat ukur. Menurut (25) menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dianggap reliabel jika lebih dari 0,6. Tabel 2 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha.

**Tabel 5**  
**Nilai Cronbach's Alpha dan Tingkat Reliabilitas**

Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00-0,20	Kurang Reliabel
>0,20-0,40	Agak Reliabel
>0,40-0,60	Cukup reliabel
>0,60-0,80	Reliabel
>0,80-1,00	Sangat Reliabel

## B. Hasil Uji Asosiasi (Regresi)

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrument dan konstruk selanjutnya adalah uji asosiasi untuk mengetahui seberapa besar dampak variabel-variabel independen memengaruhi kinerja UMKM.

### 1. Uji Determinasi

Tabel 6 menunjukkan hasil uji determinasi.

**Tabel 6**  
**Uji Determinasi**

	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
1	0.868 <sup>a</sup>	0.754	0.730	0.445

Dari hasil Adjusted R<sup>2</sup> pada Tabel 6 menunjukkan bahwa sebagian besar variabel independen (performance) dipengaruhi oleh variabel independen sejumlah 0.730, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel di luar model.

### 2. Uji F

**Tabel 7**

**Uji F**

<b>Model</b>		<b>Sum of Squares</b>	<b>df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
1	Regression	55.196	9	6.133	30.985	0.000 <sup>b</sup>
	Residual	18.011	91	.198		
	Total	73.207	100			

### 3. Uji t

Tabel 8 berikut ini hasil uji asosiasi antara FIBER PLUS terhadap Kinerja UMKM.

**Tabel 8**

**Uji Regresi (Uji t) FIBER PLUS terhadap Kinerja (Performance)**

		<b>Unstandardized Coefficients</b>		<b>Standardized Coefficients</b>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>
		<b>B</b>	<b>Std. Error</b>	<b>Beta</b>		
1	(Constant)	-0.063	0.680		-0.093	0.926

Family	-0.023	0.109	-0.014	-0.208	0.836
Identity	0.209	0.138	0.125	1.516	0.133
Binding	0.309	0.169	0.133	1.832	0.070*
Emotional	-0.232	0.122	-0.126	-1.899	0.061
Renewal	0.004	0.135	0.002	0.027	0.979
Inv_Company	0.309	0.155	0.128	2.001	0.048**
Inv_Community	-0.018	0.094	-0.010	-0.188	0.852
Env_Awareness	0.794	.152	.446	5.225	0.000***
Partnership	0.604	0.199	0.279	3.034	0.003***

Keterangan:

\*\*\*signifikansi 0,01

\*\*signifikansi 0.05

\* signifikansi 0.1

# BAB 5

## FIBER PLUS PADA KINERJA UMKM

### A. Pembahasan Uji Instrumen

Validitas internal kuesioner harus memenuhi *construct validity* (validitas konstruks) dan *content validity* (validitas isi). Penelitian ini menggunakan pendapat dari tiga ahli (*judgment experts*) untuk menentukan kuesioner yang telah dibuat berdasarkan Socioemotional wealth, stakeholders theory, stewardship theory, dan agency Theory. Setelah pengujian konstruk selesai, dilakukan uji coba kuesioner tersebut pada populasi yang mempunyai kriteria serupa. Setelah data ditabulasi maka pengujian validitas konstruk dilakukan dengan analisis faktor, yaitu mengkorelasikan antar skor item kuesioner.

Uji validitas instrumen menggunakan uji Pearson Correlation dan Confirmatory Factor Analysis (CFA). Pada Tabel 1 dari hasil uji korelasi Pearson semua item kuisioner menunjukkan valid. Untuk menguatkan hasil maka dilakukan uji kuisioner selanjutnya menggunakan Uji CFA. Uji CFA yang pertama adalah uji KMO dan Bartlett. Uji ini dilakukan untuk menunjukkan bahwa kuesioner tersebut dapat digunakan pada responden yang mempunyai karakteristik sama, kemudian hasil masing-masing item kuesioner dikorelasikan dengan skor total (korelasi product moment) KMO dan Bartlett yang merupakan suatu indeks perbandingan besarnya koefisien korelasi observed dan besarnya koefisien korelasi parsial. Jika jumlah kuadrat korelasi parsial pada semua pasangan variabel adalah kecil bila dibandingkan dengan jumlah kuadrat koefisien korelasinya, maka besar KMO mendekati 1. Jika besar KMO kecil atau

rendah maka hasil analisis faktornya adalah tidak baik. Pada Tabel KMO dan Bartlett, hasil uji menunjukkan bahwa partnership dan performance memiliki nilai di atas 0.9 yang hal ini menunjukkan sangat bagus hal ini sangat mungkin karena jumlah item dalam kedua konstruk cukup mewakili yaitu masing-masing sebanyak 20 dan 23. Sedangkan konstruk selain FIBER memiliki nilai diatas 0.6. Konstruk investment in the company dan environment awareness memiliki nilai di atas 0.75, serta investment in the community memiliki nilai paling rendah yaitu 0.57. Namun konstruk tersebut masih memiliki nilai diatas 0.5. Hal ini menunjukkan analisis faktor cukup baik.

Pengujian CFA selanjutnya adalah uji rotated component matriks. Tabel 3 memperlihatkan loading factor pada masing- masing faktor. Prinsip analisis faktor eksploratori adalah setiap item dapat berkorelasi dengan semua faktor, namun item yang baik hanya memiliki loading factor tinggi pada faktor yang diukurnya saja. Dari pengaturan analisis untuk menghilangkan tampilan loading factor di bawah 0.5. Hasil dari tersebut terdapat pada konstruk renewal of family bonds through dynastic succession yang tidak memiliki nilai rotasi maka menggunakan component matrix saja. Namun nilai loading faktornya sangat kecil pada item R2 sebesar 0.126. Hal ini dimungkinkan karena jumlah item instrumen penelitian hanya 4 butir. Item ini masih dipertahankan dengan 4 (empat) butir instrumen dengan pertimbangan bahwa instrumen awal peneliti sebelumnya [1] meskipun telah dikembangkan pada penelitian ini, hasil uji dua kali pilot test menunjukkan nilai yang baik. Dari hasil uji validitas selanjutnya menggunakan korelasi pearson hasilnya juga baik maka instrument ini tetap dipakai. Demikian juga untuk ICMP2, PARTN1, dan PARTN20 juga masih dipergunakan, meskipun memiliki loading factor di bawah 0.5.

Selanjutnya untuk uji reliabilitas (keandalan) menggunakan Skala keandalan Cronbach alpha. Dari hasil uji pada tabel 4 menunjukkan nilai cronbach alpha cukup tinggi, artinya memiliki tingkat reliabilitas baik. Terkecuali untuk dua konstruk yang memiliki reliabilitas rendah yaitu *Renewal of Family Bonds Through Dynastic Succession (RFB)* dengan nilai 0.461 dan *Investment in the Company (ICMP)* dengan nilai 0.498. Meskipun demikian berdasarkan pada tabel 5 hasil ini masih menunjukkan hasil yang cukup reliabel.

Dari hasil uji produk keseluruhan item-item instrument penelitian menunjukkan tingkat validitas dan reliabilitas cukup baik. Hal ini mengindikasikan bahwa penelitian ini memiliki validitas konstruk dan validitas isi yang baik. Setelah uji di lapangan (di UMKM Jateng dan DIY) diharapkan mampu mewakili keseluruhan UMKM Keluarga di Indonesia, sehingga diharapkan instrument ini memiliki tingkat validitas eksternal yang baik. Dengan demikian instrumen ini dapat dipergunakan (digeneralisasikan) pada penelitian-penelitian selanjutnya yaitu masih pada area UMKM Keluarga di Indonesia. Beberapa hal yang menjadi perhatian pada penelitian berikutnya untuk dapat meningkatkan validitas internal pada konstruk penelitian adalah dengan kajian teori yang lebih mendalam, sehingga mampu mengembangkan indikator konstruk dan item-item penelitian yang lebih mendalam dan lebih banyak.

## **B. FIBER Plus terhadap Kinerja UMKM**

Jumlah Hasil uji regresi berganda pada Tabel 8 menunjukkan bahwa dari 9 (Sembilan) variabel independen (FIBER PLUS) dampaknya terhadap kinerja. Pada kelima variabel FIBER (Family, Identity, Binding, Emotional, dan Renewal) hanya satu variabel Binding yang menunjukkan

signifikan pada p-value <0.1. Keterikatan/hubungan sosial bisnis UKM keluarga menunjukkan mampu meningkatkan kinerja bisnis UKM. Hal ini konsisten dengan teori SeW [1] yang menyatakan bahwa hubungan kekerabatan dengan beberapa manfaat kolektif yang sama muncul di jaringan tertutup, termasuk modal sosial kolektif, kepercayaan relasional dan perasaan kedekatan dan solidaritas interpersonal. Kewajiban timbal balik terlihat dalam bisnis keluarga tidak eksklusif antara anggota keluarga tetapi kemungkinan diperluas pada konstituen yang lain. Hubungan kerabat antara anggota keluarga besar cenderung menimbulkan ikatan sosial yang kuat dengan masyarakat luas juga. Hal ini berdampak pada peningkatan kinerja.

Namun hasil ini berbeda dengan variabel emotional. Memiliki p-value dibawah 0.1, namun memiliki koefisien negatif. Dengan demikian variabel ini justru memengaruhi secara negatif terhadap kinerja. Dengan kata lain, seharusnya ikatan emosional keluarga untuk perusahaan dapat memfasilitasi diri keberlangsungan dengan menghubungkan seseorang dengan diri yang diinginkan lalu (misalnya, kenangan), diri ini (sekarang), atau masa depan. Hal ini juga mendorong rasa keluarga terhadap warisan, karena hilangnya perusahaan merupakan peristiwa yang sangat emosional bagi sebagian besar pemilik. Sayangnya, emosi dalam konteks perusahaan keluarga sering dibahas secara tidak langsung mengacu pada isu-isu yang bisnis seperti konflik keluarga yang berdampak pada penurunan kinerja UKM.

Variabel PLUS (Inv\_Company, Inv\_Community, Env\_Awareness, dan Partnership). Dari keempat variabel tersebut, hanya variabel Inv\_Community memiliki p-value lebih dari 0.1, sehingga hasilnya tidak signifikan secara statistic. Berbeda dengan ketiga variabel yang lain memiliki tingkat signifikansi secara statistic dengan p-value di bawah 0.05

dan 0,01. Investasi di perusahaan oleh anggota keluarga justru mampu meningkatkan kontrol keluarga terhadap bisnis UKM, sehingga berdampak terhadap peningkatan kinerja UKM. Hal ini konsisten dengan tujuan bisnis keluarga menurut teori SeW [10]. Demikian juga variabel environmental awareness akan berdampak positif terhadap peningkatan kinerja UKM. Hal ini sesuai dengan pandangan bahwa kepedulian UKM keluarga terhadap kepedulian lingkungan [26] akan membawa nama baik bagi keluarga, sehingga mampu menjaga reputasi keluarga. Reputasi keluarga semakin baik maka akan memiliki dampak terhadap peningkatan kinerja UKM.

Variabel PLUS yang lain adalah partnership. Kemitraan yang dijalin oleh keluarga Hal itu merupakan prioritas yang termasuk investasi dalam perusahaan untuk meningkatkan reputasi keluarga pada pemangku kepentingan, membentuk dan mempertahankan hubungan dengan mitra guna meningkatkan kemungkinan perusahaan dapat bertahan hidup dan investasi dalam komunitas untuk memastikan kelimpahan goodwill terhadap keluarga maupun rekan bisnisnya [10]. Hal ini berdampak pada peningkatan kinerja UKM keluarga.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel- variabel PLUS (Inv\_Company, Env\_Awareness, dan Parnership) yang disusun ternyata mampu memberikan kontribusi bagi UKM untuk meningkatkan kinerjanya. Sehingga diharapkan konstruk dan instrument ini dapat dipergunakan untuk penelitian- penelitian UKM keluarga.

## DAFTAR PUSTAKA

---

---

1. Berrone P, Cruz C, Gomez-Mejia LR. Socioemotional Wealth in Family Firms: Theoretical Dimensions, Assessment Approaches, and Agenda for Future Research. *Family Business Review*. 2012;25(3):258-79.
2. Chua JH, Chrisman JJ, Sharma P. Defining the Family Business by Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 1999;23(4):19-39.
3. Villalonga B, Amit R. How do family ownership, control and management affect firm value? *Journal of Financial Economics* 2006;80:385-417.
4. Lee M-S, Rogoff EG. Research Note: Comparison of Small Businesses with Family Participation versus Small Businesses Without Family Participation: An Investigation of Differences in Goals, Attitudes, and Family/Business Conflict. *Family Business Review*. 1996;9(4):423-37.
5. Klein SB, Astrachan JH, Smyrnios KX. The F-PEC Scale of Family Influence: Construction, Validation, and Further Implication for Theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2005;29(3):321-39.
6. Miller D, Le Breton-Miller I. *Managing for the Long Run: Lessons in Competitive Advantage from Great Family Businesses*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press 2005.
7. Cruz CC, Mez-Mejia LR, Becerra M. Perceptions of Benevolence and The Design of Agency Contracts: CEO-TMT Relationships in Family Firms. *The Academy of Management Journal*. 2010;53(1):69-89.
8. Zellweger TM, Kellermanns FW, Chrisman JJ, Chua JH. Family Control and Family Firm Valuation by Family CEOs: The Importance of Intentions for Transgenerational Control. *Organization Science* 2011;23(3):851 - 68
9. Gomez-Mejia Lr, Cruz C, Berrone P, De Castro J. The Bind that Ties: Socioemotional Wealth Preservation in Family Firms. *The Academy of Management Annals*. 2011;5(1):653-707.
10. Cennamo C, Berrone P, Cruz C, Gomez-Mejia LR. Socioemotional Wealth and Proactive Stakeholder Engagement: Why Family-Controlled

Firms Care More About Their Stakeholders. *Entrepreneurship: Theory & Practice*. 2012;36(6):1153-73.

11. Lin F-J, Lin Y-H. The effect of network relationship on the performance of SMEs. *Journal of Business Research* 2016;69(1780):1780-4.

12. Inkpen AC, Beamish PW. Knowledge, bargaining power, and the instability of international joint ventures. *Academy of Management Review*. 1997;22(1):177-202.

13. Lechner C, Dowling M, Welpel I. Firm networks and firm development: The role of the relational mix. *Journal of Business Venturing*. 2006;21(4):514-40.

14. Zeng SX, Xie XM, Tam CM. Relationship between cooperation networks and innovation performance of SMEs. *Technovation*. 2010;30(3):181-94.

15. Hewitt-Dundas N. Resource and capability constraints to innovation in small and large plants. *Small Business Economics*. 2006;26(3):257-77.

16. Elkington J. Partnerships and Cannibals with Fork: The Triple Bottom Line of 21-st Century Business. *Environmental Quality Management*. 1998.

17. Agan Y, Acar MF, Borodin A. Drivers of environmental processes and their impact on performance: a study of Turkish SMEs. *Journal of Cleaner Production*. 2013;51:23-33.

18. Vachon S, Klassen RD. Environmental management and manufacturing performance: The role of collaboration in the supply chain. *International Journal of Production Economics*. 2008;111(2):299-315.

19. Kaplan RS, Norton DP. Organization Capital: Supporting the Change Agenda That Supports Strategy Execution. *Balanced Scorecard*. 2004 January-February 2004.

20. Huang M, Li P, Meschke F, Guthrie JP. Family firms, employee satisfaction, and corporate performance. *Journal of Corporate Finance*. 2015;34(Supplement C):108-27.

21. Sadiku-Dushi N, Dana L-P, Ramadani V. Entrepreneurial marketing dimensions and SMEs performance. *Journal of Business Research*. 2019;100:86-99.
22. Martínez-Romero MJ, Rojo-Ramírez AA. SEW: Looking for a definition and controversial issues. *European Journal of Family Business*. 2016;6(1):1-9.
23. Eikelenboom M, de Jong G. The impact of dynamic capabilities on the sustainability performance of SMEs. *Journal of Cleaner Production*. 2019;235:1360-70.
24. Newman I, Lim J, Pineda F. Content Validity Using a Mixed Methods Approach: Its Application and Development Through the Use of a Table of Specifications Methodology. *Journal of Mixed Methods Research*. 2013;7(3):243-60.
25. Hair JF. *Multivariate Data Analysis: a Global Perspective*. 7th Ed. ed. Black WC, Anderson RE, Babin BJ, editors. New Delhi: Pearson Education; 2010.
- 26 Berrone, P., C. Cruz, L. R. Gomez-Mejia, and M. Larraza- Kintana. 2010. Socioemotional Wealth and Corporate Responses to Institutional Pressures: Do Family-Controlled Firms Pollute Less? *Administrative Science Quarterly* 55 (1):82-113.

# HASIL SCANNING SIMILARITY

---

---

## SEW bagi UMKM

---

ORIGINALITY REPORT

---

**12%**

SIMILARITY INDEX

---

PRIMARY SOURCES

---

<b>1</b>	<a href="https://dosen.unimma.ac.id">dosen.unimma.ac.id</a> Internet	727 words — <b>11%</b>
<b>2</b>	<a href="http://www.semestapsikometrika.com">www.semestapsikometrika.com</a> Internet	100 words — <b>2%</b>

---

EXCLUDE QUOTES  ON  
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY  ON

EXCLUDE SOURCES  < 2%  
EXCLUDE MATCHES  < 10 WORDS

## BIOGRAFI PENULIS

---



### **Dr. Lilik Andriyani, S.E, M.Si**

Program Studi Akuntansi  
Universitas Muhammadiyah Magelang  
E-mail: [lilik.andriyani@ummgl.ac.id](mailto:lilik.andriyani@ummgl.ac.id)  
ORCID: [0000-0001-8226-3696](https://orcid.org/0000-0001-8226-3696)



### **Yulinda Devi Pramita, S.E., M.Sc., Ak.**

Program Studi Akuntansi  
Universitas Muhammadiyah Magelang  
E-mail: [yulinda.feb@ummgl.ac.id](mailto:yulinda.feb@ummgl.ac.id)  
ORCID: [0000-0003-0278-4964](https://orcid.org/0000-0003-0278-4964)



### **Veni Soraya Dewi, S.E., M.Si**

Program Studi Akuntansi  
Universitas Muhammadiyah Magelang  
E-mail: [venisorayadewi@ummgl.ac.id](mailto:venisorayadewi@ummgl.ac.id)  
ORCID: [0000-0002-7657-9552](https://orcid.org/0000-0002-7657-9552)

# PENGEMBANGAN INSTRUMEN SOCIOEMOTIONAL WEALTH



Teori Socioemotional Wealth (SeW) menyatakan bahwa bisnis untuk generasi yang akan datang umumnya dipandang sebagai tujuan utama perusahaan keluarga, sehingga keterlibatan keluarga dalam bisnis keluarga merupakan sesuatu yang penting. Model Strategi keunggulan bersaing bagi perusahaan keluarga memiliki keunikan dari sisi pengelolaan yang bertujuan memberikan pandangan baru bahwa bisnis keluarga berbeda dengan bisnis non keluarga. Kepentingan keluarga untuk mempertahankan transgenerasional bisnis keluarga tidak pernah menjadi bahasan penting para peneliti, regulator, dan UMKM keluarga itu sendiri tetapi sangat berdampak pada strategi keunggulan bersaing dan keberlanjutan UMKM keluarga. Perluasan menjadi FIBER Plus dengan menambahkan konstruk investasi dan kemitraan serta lingkungan, karena dianggap akan memengaruhi kinerja perusahaan dan harus dipertimbangkan.

Selanjutnya penelitian ini menggunakan konstruk kinerja bisnis keluarga yang disesuaikan melalui *triple bottom line*, serta melihat dampak penggunaan Fiber Plus terhadap kinerja bisnis keluarga.

Buku ini dapat digunakan sebagai rujukan dalam mengukur kinerja bisnis keluarga dengan menggunakan instrumen FIBER Plus.