

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bisnis menjadi komponen penting yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia, karena melalui bisnislah kebutuhan hidup dapat terpenuhi. Terutama bagi umat muslim, kegiatan memenuhi kebutuhan hidup dianggap sebagai kewajiban yang tidak dapat dielakkan. Dalam menjalankan bisnis, mereka harus senantiasa berpegang pada prinsip-prinsip yang lurus dan benar, sehingga tetap berada di jalur kebenaran. Oleh karena itu, dalam Islam tujuan utama dari bisnis adalah meraih keberkahan dan keridhaan Allah Swt. melalui aktivitas-aktivitas dunia (Khuzai, 2005, hlm.21).

Bisnis bagian integral dari kehidupan ekonomi yang melibatkan produksi, pembelian, penjualan, dan pertukaran barang serta jasa. Setiap orang atau perusahaan terlibat dalam aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk. Dalam konteks bisnis, tujuan utama yang umumnya dikejar adalah menghasilkan laba. Laba ini diperlukan untuk mengamankan kelangsungan bisnis dan membiayai berbagai kegiatan yang diperlukan dalam operasional perusahaan.

Salah satu faktor kunci dalam kesuksesan bisnis adalah kemampuan untuk mengumpulkan dana yang cukup untuk mendukung operasionalnya. Bisnis memerlukan sumber daya finansial untuk membeli persediaan, membayar gaji karyawan, menjalankan kampanye pemasaran, dan membiayai berbagai kebutuhan lainnya. Oleh karena itu, pengelolaan keuangan yang baik menjadi

aspek penting dalam menjalankan bisnis yang berkelanjutan (Rokhmawati & Yuliana, 2021, hlm 13).

Selain itu, bisnis juga harus berfokus pada kepuasan pelanggan. Pelanggan adalah aset berharga dalam dunia bisnis, dan menjaga hubungan yang baik dengan mereka adalah kunci untuk mempertahankan pangsa pasar dan membangun reputasi positif. Perusahaan yang mampu memberikan produk atau layanan berkualitas tinggi dan merespons kebutuhan pelanggan dengan baik akan memiliki peluang lebih besar untuk sukses.

Dengan demikian, bisnis adalah sebuah ekosistem yang kompleks di mana berbagai elemen seperti produksi, keuangan, dan kepuasan pelanggan saling terkait. Keberhasilan bisnis tidak hanya bergantung pada satu aspek saja, tetapi pada kombinasi dari faktor-faktor ini. Dengan pengelolaan yang bijak dan strategi yang tepat, bisnis dapat tumbuh dan berkembang dalam lingkungan yang dinamis dan kompetitif. Bisnis tidak terlepas dari aktivitas produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Aktivitas bisnis pada umumnya mempunyai tujuan menghasilkan laba, serta mengumpulkan cukup dana bagi kegiatan bisnis itu sendiri. Bisnis tidak akan berjalan dengan baik jika tidak didukung dengan strategi bersaing yang tepat (Cahyani, 2016, hlm.7).

Di antara banyaknya bisnis baru yang bermunculan tentu bagi pelaku usaha berlomba-lomba agar bisnisnya berkembang dengan pesat, untuk mempertahankan keberlangsungan dan berkembangnya suatu bisnis tersebut. Dan tidak hanya untuk mencapai kesuksesan materi, tetapi pelaku usaha juga harus

mengingat bahwa berlomba-lomba dengan cara yang sehat dalam mempertahankan bisnis dan memperoleh keberkahan dari rezeki yang dicari (Khallid,2023, hlm.11), sebagaimana Allah Swt. berfirman dalam Surat Al-Baqarah/2:148 yang berbunyi:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۗ اِنَّ مَا تَكُوْنُوْنَ اِيْتِ بِكُمْ اللّٰهُ جَمِيعًا ۗ اِنَّ اللّٰهَ عَلٰى  
كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ

Artinya: *"Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Mahakuasa atas segala sesuatu"* (Al-Qur'an dan Terjemahannya, 2019)

Seorang muslim akan memandang bahwa bisnis hanyalah sebagai pelaksanaan perintah Allah untuk mencari karunianya yang tersebar di seluruh penjuru bumi. Karena itu, tidak terpikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk sekedar memenangkan perdagangan. Bagi seorang muslim cara berdagang yang baik adalah berebut menjadi yang terbaik, terbaik dalam produk yang bermutu, harga bersaing “tidak membanting harga, maupun merugikan konsumen”, dan dengan pelayanan total. Sebagaimana Allah Swt. berfirman dalam Surah An-Naba/78:10-11 yang berbunyi:

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ لِبَاسًا (١٠) وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا (١١)

Artinya: *“Dan Kami jadikan malam sebagai pakaian. Dan Kami jadikan siang untuk mencari penghidupan.”* (Al-Qur'an dan Terjemahannya, 2019)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam hal kerja, Islam memerintahkan setiap muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana Allah telah memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing

lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.

Dalam agama Islam telah diatur oleh Allah semua sisi kehidupan termasuk ekonomi, yang mana manusia diwajibkan berusaha agar ia mendapatkan rezeki guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Islam juga mengajarkan kepada manusia bahwa Allah maha pemurah sehingga rezeki-Nya sangat luas diberikannya kepada kita sebagai hamba-Nya. Berdasarkan dalam situasi yang penuh ketidakpastian di era global seperti sekarang ini, hanya bangsa/individu yang memiliki kreativitas, inovasi, dan keunggulan strategis yang mampu memenangkan persaingan pasar. Keunggulan berbisnis penting untuk diketahui dalam penyusunan perencanaan bisnis karena tidak lepas dari prinsip-prinsip ekonomi, yaitu bagaimana operasional perusahaan dapat berjalan lancar dengan meminimalkan seluruh biaya yang ditimbulkan dan memaksimalkan keuntungan (Fuad, 2003, hlm 15).

Persoalan bisnis juga terus berkembang dari tahun ke tahun yang jumlahnya pun makin lama makin bertambah banyak. Oleh karenanya peningkatan kemampuan untuk lebih kompetitif dalam memutar roda bisnis mutlak diperlukan agar manusia bisa mempertahankan keberlangsungan usahanya dalam situasi kompetisi yang semakin ketat (Sukamdani, 2023, hlm 43). Bertahannya suatu bisnis tidak terlepas dari strategi yang digunakan wirausaha (Cholil & Agustiar, 2022, hlm 20).

Cara berdagang dalam Islam adalah konsep yang memiliki landasan etika dan moral yang kuat. Rasulullah Saw. memberikan contoh bagaimana berdagang

dan berbisnis dengan baik. Ketika berdagang, Rasulullah tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Ini adalah prinsip yang mendasar dalam islam, yaitu tidak menggunakan cara-cara tidak etis atau merugikan orang lain dalam bisnis.

Namun, hal ini bukan berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Sebaliknya, yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pelanggan. Selain itu, Rasulullah juga menjunjung tinggi kejujuran dalam berdagang. Beliau menyebut spesifikasi barang yang dijual dengan jujur, bahkan jika ada cacat pada barang tersebut. Tindakan ini mencerminkan nilai-nilai islam yang mendorong integritas dalam bisnis dan perdagangan. Rasulullah Saw. mengajarkan kepada umatnya untuk tetap jujur dan adil dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam berbisnis atau berdagang (Yusanto & Widjajakusuma, 2002, hlm. 93).

Jumlah unit bisnis di Indonesia terus mengalami peningkatan dalam jumlah, jenisnya pun beragam dari ukuran hingga kepemilikan. Salah satu jenis bisnis yang diharapkan dapat menjadi kontributor utama adalah bisnis yang dimiliki oleh Masyarakat Indonesia yang mayoritasnya merupakan bisnis keluarga. Bisnis keluarga di Indonesia memiliki peluang yang besar dengan bermunculannya pengusaha generasi baru dewasa ini. Pengelolaan bisnis keluarga yang baik dan sesuai dengan kondisi perekonomian saat ini perlu dipahami dan diterapkan bagi generasi penerus bisnis guna mampu mempertahankan dan mengembangkan usahanya di era perekonomian yang dinamis ini (Hussein, 2019, hlm.1).

Menurut Schwass & Glemser (2016), Fakta bahwa lebih dari 200 perusahaan pada 500 perusahaan keluarga terbesar di dunia menggunakan nama keluarga sebagai nama Perusahaan telah menunjukkan bahwa topik yang relevan untuk dikaji. Terbentuknya suatu perusahaan keluarga umumnya berawal dari perusahaan perorangan, dimana pemilik perusahaan perseorangan ini kemudian melibatkan anggota keluarga dalam bisnisnya membawa perusahaan pada fase yang disebut titik awal transisi menjadi bisnis keluarga.

Dengan banyaknya bisnis yang muncul, tidak sedikit orang yang memilih untuk melakukan bisnis bersama keluarganya. Bisnis keluarga adalah suatu bisnis yang akan diturunkan pada generasi selanjutnya dalam keluarga. Dalam bisnis keluarga, pihak keluarga akan mengelola dan mengontrol bisnis tersebut. Ini seringkali melibatkan anggota keluarga dari berbagai generasi yang bekerja bersama untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis mereka. Bisnis keluarga dapat mencakup berbagai jenis usaha, mulai dari perusahaan kecil hingga bisnis besar yang telah ada selama bertahun-tahun. Keuntungan dari bisnis keluarga adalah adanya ikatan emosional dan komitmen yang kuat di antara anggota keluarga yang terlibat dalam bisnis tersebut. Namun, bisnis keluarga juga dapat menghadapi tantangan tersendiri. Terkadang, konflik pribadi dalam keluarga dapat memengaruhi keputusan bisnis dan dinamika perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi anggota keluarga yang terlibat dalam bisnis untuk memiliki (Hanifah dkk., 2021, hlm 4).

*Astrachan and Shanker (2011) propose that to be a family business only requires input from some family members in the business, and the strategic direction of the business is controlled by the family. They also pose a 'middle ground' definition which is the intention to pass the business on to a*

*family member, with the incumbent still involved in the running and operations of the family business. In the 'nucleus' of the bull's eye* (Birdthistle & Hales, 2023)

Dari kutipan di atas, menurut Birdthistle & Hales, bahwa untuk menjadikan bisnis keluarga berhasil, dapat diterapkan pendekatan yang melibatkan sebagian anggota keluarga dalam proses pengambilan keputusan bisnis, sedangkan pengendalian arah strategis bisnis tetap berada di tangan keluarga. Konsep jalan tengah yang mereka terapkan merujuk pada keinginan untuk mewariskan bisnis kepada anggota keluarga dengan tetap terlibat secara aktif dalam pengelolaan dan operasional harian bisnis tersebut. Dengan memusatkan perhatian pada esensi dan inti dari sasaran bisnis keluarga, mereka memastikan bahwa tujuan bisnis keluarga dapat dicapai dengan optimal.

Kamener dan Putri (2017) menyatakan cukup banyak bisnis keluarga yang tidak berkembang karena tidak adanya keberlanjutan dari generasi selanjutnya, Menurut Widyasmoro, dalam jurnal Satrio (2017) banyak bisnis keluarga yang sulit melewati 3 generasi. Kebanyakan perusahaan keluarga terlibat dalam konflik yang berkepanjangan untuk merebutkan kekuasaan dalam bisnis. Pada umumnya perusahaan keluarga dibangun untuk dapat bertahan lama dan mampu bersaing dengan bisnis lain sampai banyak generasi. Dengan tujuan tersebut maka diperlukan landasan yang kuat yang dibangun oleh generasi pendiri dan proses regenerasi atau transisi yang baik pada generasi selanjutnya sehingga bisnis tersebut dapat bertahan sampai lintas generasi.

Susanto (2005) dalam bukunya yang berjudul *World Class Family Business*, ada semacam mitos yang melekat dalam perusahaan keluarga yaitu

“Generasi pertama membangun, generasi kedua menikmati, dan generasi ketiga menghancurkan”. Mitos ini tidak hanya beredar di Indonesia saja. Mitos ini muncul karena pandangan umum terhadap keberlangsungan perusahaan keluarga selama ini. Jika mitos ini disampaikan kepada keluarga yang terlibat dalam suatu perusahaan keluarga tentu tidak akan dibenarkan begitu saja. Umumnya mereka menyatakan bahwa sejatinya tentu tidak ada keinginan untuk menghancurkan perusahaan keluarga, walaupun kenyataannya jumlah perusahaan keluarga yang ditangani generasi ketiga semakin sedikit.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh *Family Firm Institute* untuk *the Family Business Review* (Hall, 2008), diketahui bahwa hanya 30% dari keseluruhan Perusahaan yang dimiliki oleh keluarga bisa bertahan pada masa transisi antar generasi pada generasi ke-dua, sementara itu hanya 12% mampu bertahan pada generasi ke-tiga dan hanya 3% saja yang mampu berkembang sampai pada generasi ke-empat dan seterusnya. Hal ini yang membuat bertumbuh suburnya idiom dalam Perusahaan keluarga bahwa “Generasi Pertama Membangun, Generasi Kedua Menikmati, dan Generasi Ketiga Menghabisi” (Shella & Sari, 2019). Namun penelitian yang dilakukan oleh Widyaningrum (Widyaningrum, 2018) menunjukkan proses suksesi yang dilakukan bisnis keluarga yang menjalankan usaha batik Baronggung dilakukan dengan efektif dan mempunyai karakteristik keberhasilan sehingga dapat bertahan pada generasi ketiga.

Sedangkan hasil penelitian David dan Lenny (2007), menunjukkan bahwa 3% bisnis keluarga yang didirikan antara tahun 1932-1943 masih ada sampai saat



ini, sedangkan yang didirikan pada tahun 1944-1955 masih bertahan 2% saja. Selanjutnya Perusahaan keluarga yang berdiri setelah kondisi politik dan ekonomi Indonesia menjadi semakin stabil (periode 1968-1979, 1980-1991, 1992-2003) ternyata yang dapat bertahan lebih besar, yaitu antara 10% sampai 37%. Statistik itu rasanya tidak mengejutkan, karena sepertinya menyetujui pernyataan ini yang menjadi mitos “generasi pertama membangun bisnis, generasi kedua menikmatinya, lalu generasi ketiga menghancurkannya” (Gomulia, 2013). Dan penelitian yang diteliti oleh Cahyadi (2019) Indonesia memiliki banyak sekali Perusahaan yang lahir dengan latar belakang Perusahaan keluarga, tapi sedikit yang dapat menurunkan kepemimpinan perusahaannya kepada generasi ke 3 (PWC Jigsaw Research, 2014). Menurut PWC hanya 37% Perusahaan keluarga di Indonesia yang dapat meneruskan perusahaannya kepada generasi ke 3 karena adanya hambatan-hambatan yang dialami perusahaan keluarga di Indonesia dalam menyampaikan estafet kepemimpinannya kepada generasi berikutnya yang membuat sebagian Perusahaan keluarga tidak mampu bertahan hingga generasi ke 3 bahkan ke 4.

Namun berdasarkan penelitian awal yang saya lakukan, banyak rumah makan yang berdiri dengan nama Ma'haji dan yang dijual pun juga sama yaitu Ayam dan itik panggang dalam rumah makan tersebut, hal ini diantaranya adalah Rumah Makan Mahaji di jalan Bumi Mas, Rumah Makan Mahaji Simpang Sei Mesa, Rumah Makan Mahaji jalan Banua Anyar, Rumah Makan Mahaji jalan Gerilya dan Rumah Makan Mahaji jalan Pramuka, namun yang pertama kali rumah makan mahaji itu berdiri berlokasi di Jalan Pangeran Antasari No.103,

Sungai Baru, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Dengan banyaknya pesaing rumah makan Ma'haji dengan nama dan yang dijual serupa, Rumah Makan Ma'haji ini mampu bertahan dengan persaingan yang banyak sampai sekarang, bahkan Rumah Makan Ma'haji sekarang sudah mencapai 3 generasi dan sekarang nama rumah makan tersebut adalah Rumah Makan Cucu Ma'haji.

Rumah makan ini merupakan salah satu kuliner legendaris dikota Banjarmasin. Hal ini berdasarkan sejarah bahwa berdirinya pada tahun 1980 sampai sekarang. Usaha kuliner ini merupakan usaha kuliner keluarga atau bisnis keluarga yang saat ini dikelola oleh cucu dari alm Ma'haji itu sendiri. Cucu dari Ma'haji tersebut bernama Ibu Novi. Sampai saat ini rumah makan tersebut sangat ramai pengunjung dan lokasinya sangat strategis karena lokasi tersebut di tengah keramaian kota Banjarmasin sehingga banyak pengunjung untuk makan disana. Rumah makan ini buka dari jam 09.00-20.00. Pada penjualan setiap harinya menghabiskan kurang lebih 25 ekor ayam dan 20 ekor itik. Faktanya di lapangan bahwa bisnis kuliner atau makanan yang diwariskan oleh generasi pendiri atau pencipta resep tersebut, bisa menyebabkan rasa dari warisan kuliner itu berubah atau berbeda walaupun bahan dan cara memasaknya sama, tetapi pada rumah makan ini masih ramai pengunjung dan mampu bertahan sampai saat ini bahkan setiap harinya persediaan yang dijual itu selalu habis, meskipun sudah berjalan selama 43 tahun dengan banyaknya pesaing serupa berarti rumah makan mampu mempertahankan ciri khasnya sehingga pelanggan pun setiap harinya selalu

ramai. Pengelolaan ini tentunya menjadikan hal unik dari tempat kuliner yang lain dan juga usaha ini terus berkembang selama hampir setengah abad.

Dari uraian yang telah dijelaskan dan permasalahan yang ada penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap bisnis keluarga ini, yang dituangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah berbentuk skripsi dengan judul **“Bisnis Keluarga 3 (Tiga) Generasi di Rumah Makan Cucu Ma’ haji Banjarmasin”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang akan dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana bisnis keluarga 3 (Tiga) Generasi di Rumah Makan Cucu Ma’ haji Banjarmasin?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

Untuk mengetahui bisnis keluarga 3 (Tiga) Generasi di Rumah Makan Cucu Ma’ haji Banjarmasin.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Secara ringkas dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat berguna sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

- a. Sebagai informasi ilmiah dapat menambah wawasan pengetahuan penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.
  - b. Sebagai sumbangan pemikiran dan mengisi khazanah ilmu pengetahuan bagi Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin pada umumnya dalam bentuk karya tulis ilmiah.
  - c. Sebagai bahan rujukan maupun bahan acuan bagi peneliti yang lain, ingin meneliti masalah ini dari aspek yang lain dan bahan referensi bagi kalangan aktivitas akademik.
2. Secara Praktis penelitian ini diharapkan bisa berguna sebagai bahan informasi ilmiah di bidang ekonomi, salah satunya mengenai bisnis keluarga.

#### **E. Definisi Operasional/ Batasan Istilah**

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami judul penelitian, maka penulis sangat perlu untuk menjelaskan terlebih dahulu yang dimaksud dengan judul penelitian “Bisnis Keluarga 3 (Tiga) Generasi di Rumah Makan Cucu Ma’haji Banjarmasin”. Adapun penjelasan sekaligus membatasi penelitian ini sebagai berikut:

##### **1. Bisnis Keluarga**

Bisnis Keluarga adalah perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh anggota keluarga pendirinya. Baik kepemilikan maupun pengelolaannya dipegang oleh pihak yang sama, yaitu keluarga. Dalam penelitian ini bisnis keluarga Cucu Ma’haji yang memiliki bisnis keluarga 3 generasi dan sudah berdiri selama 43

tahun atau hampir setengah abad dan menganalisis secara deskriptif kualitatif dengan teori dari Susanto yaitu Bisnis Keluarga, pendekatan secara islam, dan teori dari Michael Porter yaitu Porter's Five Forces Model.

## 2. Rumah Makan Cucu Ma'haji

Peneliti akan melakukan penelitian pada usaha Rumah Makan Cucu Ma'haji Banjarmasin yang menjual Itik dan Ayam Panggang legendaris yang bertempat di Jalan Pangeran Antasari No.103, Sungai Baru, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

## F. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang peneliti rasa sangat relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Adam Aufa Wijaya, M. Ridwan Basalamah dan Mohammad Rizal (2023) dengan judul "*Strategi Pemasaran Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro Dalam Mempertahankan Bisnis Keluarga Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis SWOT*". Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan Dilihat dari hasil matrik IFAS dan EFAS bahwa Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro memiliki kelemahan dan memiliki ancaman yang pasti akan dihadapi oleh perusahaan. Tetapi Pos Ketan Legenda 1967 Sudimoro memiliki kekuatan dan peluang yang ada sehingga kelemahan dan ancaman itu bukan menjadi penghalang karena ada strategi yang bisa

diterapkan sebagai langkah kedepannya. Strategi yang digunakan dengan adanya kekuatan perusahaan serta pemanfaatan peluang yang ada dengan cara menetapkan standar dan mempertahankan kualitas produk yang dijual. Selain itu membuat tempat yang nyaman bagi konsumen yang datang serta memanfaatkan kemajuan teknologi yang tersedia saat ini. Strategi dalam mengatasi kelemahan yang dimiliki perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, mendesain ruangan dengan mengikuti kemajuan desain saat ini serta memberikan *reward* bagi karyawan yang berprestasi agar meminimalisir adanya pergantian keluar masuknya karyawan. Strategi dalam meminimalisir dampak dari adanya ancaman dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dengan cara mempertahankan kualitas makanan yang dijual serta memberikan ciri khas atas produk makanan yang dijual serta memanfaatkan teknologi agar dapat bertahan dalam bersaing serta adanya pandemi covid-19. Strategi yang bisa digunakan untuk meminimalisir dampak dari ancaman yang dihadapi perusahaan serta kelemahan perusahaan yaitu dengan cara melakukan pendekatan kepada konsumen loyal dan menciptakan ciri khas baik itu untuk produk yang dijual maupun pelayanan. Perbedaan penelitian yang dilakukan penulis adalah terletak dengan menggunakan analisis SWOT sedangkan penulis menggunakan analisis dari teori Michael Porter yaitu Porter's Five Forces Model terhadap bisnis keluarga yang sudah menjalani

3 generasi sedangkan persamaan yang dilakukan penulis adalah sama sama meneliti sebuah bisnis keluarga.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Khopipah Rosita (2023) yang berjudul “*Strategi Bersaing Pedagang Di Pertokoan Cahaya Bumi Selamat (CBS) Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Toko Nur Sari Dan Toko Permata Banjar)*”. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak penjualan permata menurun drastis akibat pandemi. Strategi bersaing yang digunakan pedagang dengan strategi Porter’s Five Forces Model. Persaingan di pertokoan Cahaya Bumi Selamat (CBS) tinggi, banyaknya pesaing sejenis produk permata yang sama menyebabkan persaingan kompetitif terhadap antar pedagang. Pedagang permata Toko Permata Banjar dan Toko Nur Sari menghadapi persaingan dengan menekankan harga, menjaga kualitas dan memberikan pelayanan baik kepada pelanggan sebagai kekuatan tawar menawar pembeli. Pemasok yang digunakan berdominasi tidak hanya satu pemasok. Loyalitas pelanggan sangat memengaruhi ancaman pendatang baru. Produk atau jasa pengganti yang dilakukan pedagang pertokoan yang awalnya dari emas sekarang dengan perak yang menggunakan alat tradisional dan alat mesin dalam pengolahan permata. Perbedaan penelitian yang dilakukan yaitu menganalisis strategi bersaing pedagang sedangkan penulis adalah menganalisis dengan teori Porter’s Five Forces

Model terhadap Bisnis Keluarga. Persamaannya sama-sama menggunakan analisis Porter's Five Forces Model.

3. Penelitian yang dilakukan oleh M. Ridho Akbar (2020) dengan judul "*Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Nida Sasirangan Banjarmasin*". Jenis Penelitian yaitu berupa penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap data perusahaan, yaitu 1. Dari segi perencanaan pada Nida Sasirangan sudah baik dan sesuai dengan ajaran islam dan tujuan ekonomi islam yang mana merumuskan tujuan untuk mencari keberkahan di dunia maupun di akhirat. Serta melakukan strategi produksi dan pemasaran yang dijalankan tidak mengandung tindakan yang bersifat zalim. 2. Dari segi pengadaan barang pada Nida Sasirangan masih kurang baik yaitu kekurangan bahan baku kain, karena perencanaan persediaan barang didasarkan pada persediaan bahan baku. Apabila bahan baku banyak maka produksi juga akan banyak begitu juga sebaliknya apabila bahan baku sedikit maka produksi juga sedikit. Tetapi dalam tinjauan ekonomi islam tidak menyalahi dalam agama yaitu pengadaan barang tidak berasal dari moral yang haram. Dan 3. Dari segi penyaluran barang pada Nida Sasirangan sudah baik karena Nida Sasirangan melakukan proses berdasarkan pesanan dan penjualan dirumah pun tidak menyalahi dalam ajaran islam dan sesuai dengan jual beli dalam Salam dan Istisna. Perbedaan penelitian yang dilakukan yaitu menganalisis strategi bersaing pedagang sedangkan penulis adalah menganalisis dengan



teori Porter's Five Forces Model terhadap Bisnis Keluarga. Persamaannya sama-sama menggunakan analisis dari Michael Porter dan pendekatan secara islam.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Hilmaturun Nafisah (2021) yang berjudul "*Entrepreneurship Dalam Bisnis Keluarga: Kesuksesan Bisnis Keluarga (Studi Pada Komunitas Pengusaha Muda Dewantara)*" Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif studi kasus. Data yang diperoleh melalui wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang kesuksesan yang ada dalam bisnis keluarga yang terjadi pada pengusaha muda Dewantara. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang dilakukan dengan cara mencari sumber data melalui In-depth interview yang dilakukan terhadap 3 pengusaha muda Dewantara sebagai informan, dengan melakukan pengumpulan dokumentasi, serta triangulasi sumber data yang dilakukan oleh peneliti. Hasil data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan tahap reduksi data, display data, dan juga yang terakhir yaitu penarikan kesimpulan. Berdasarkan dari hasil penelitian ini menunjukkan kesuksesan yang ada dalam bisnis keluarga yaitu dipengaruhi oleh, kepuasan, inovasi dan juga melakukan promosi dengan menggunakan media sosial dapat meningkatkan minat konsumen untuk datang ke tempat informan. Sehingga usaha yang sedang dikembangkan oleh informan ini dapat lebih dikenal lagi oleh konsumen. Perbedaan penelitian yang dilakukan yaitu kesuksesan yang ada dalam bisnis keluarga yang terjadi

pada pengusaha muda Dewantara dengan menganalisis menggunakan tahap reduksi data, display data, dan juga yang terakhir yaitu penarikan kesimpulan sedangkan penulis adalah menganalisis dengan teori Porter's Five Forces Model terhadap Bisnis Keluarga yang sudah berjalan 3 generasi. Persamaannya menganalisis sebuah bisnis keluarga.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Haslynda Syah, Muhammad Hasan, Citra Ayni Kamaruddin, Nurdiana, dan Nurjannah (2022) yang berjudul *"Strategi Ketahanan Pangan dalam Program Urban Farming dalam Menunjang Keberlanjutan Usaha Keluarga di Masa Pandemi Covid-19"*. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui wawancara dan observasi. Teknik pengambilan sampel yang dipakai ialah purposive sampling. Subjek penelitian ini yaitu ketua dan bendahara Kelompok Wanita Tani (KWT) Anggrek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwasanya dalam kelompok wanita tani ini mempunyai strategi yang digunakan untuk mempertahankan ketahanan pangan khususnya di KWT Anggrek ini. Adapun strategi yang digunakan yaitu pengembangan model area pekarangan rumah pangan berkelanjutan. Strategi ini dilakukan dengan cara menggunakan teras rumah masyarakat agar bisa dipakai untuk menanam berbagai macam sayuran. Hal ini bertujuan selain untuk menghias rumah dan menambah suasana yang segar, hal ini pun dapat mencukupi pangan dalam suatu keluarga dengan baik, dilihat dari kualitasnya, gizinya, serta pembiayaannya yang murah

dan pengawasannya yang cukup gampang. Bahkan apabila hasil panennya melimpah itu bisa dijual sehingga dapat menambah pendapatan dalam keluarga apalagi ditengah-tengah pandemi covid seperti ini. Perbedaan penelitian yang dilakukan penulis adalah menganalisis dengan teori Porter's Five Forces Model terhadap Bisnis Keluarga yang sudah berjalan 3 generasi. Persamaannya menganalisis sebuah bisnis keluarga.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas maka, persamaan dari penelitian terdahulu adalah menganalisis suatu bisnis keluarga sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan penulis adalah menganalisis dengan teori Michael Porter (Porter's Five Forces Model) terhadap bisnis keluarga yang sudah berjalan 3 generasi dengan pendekatan secara islam.

### **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini dibuat agar pembahasan dalam penelitian ini lebih terarah, di dalamnya terdiri atas sub-sub bab sebagai berikut:

Bab I adalah berupa pendahuluan, bab ini terdiri dari latar belakang penelitian yang memuat alasan mengapa melakukan penelitian ini, dari latar belakang tersebut muncul suatu permasalahan yang kemudian dirumuskan dalam rumusan masalah, kemudian akan ditetapkan tujuan penelitian untuk menjawab dari rumusan masalah tersebut, kemudian adanya manfaat penelitian untuk menjelaskan narasi yang objektif yang menggambarkan hal-hal yang diperoleh setelah suatu tujuan penelitian telah terpenuhi. Definisi operasional digunakan untuk memperjelas istilah-istilah yang terdapat pada judul penelitian yang

bermakna luas. Penelitian terdahulu menjadi salah satu referensi dalam penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan merupakan bagian yang menjelaskan penelitian yang akan dituangkan ke dalam penelitian agar sistematis.

Bab II adalah berupa landasan teori yang memberikan penjelasan tentang teori-teori yang terkait dengan permasalahan yang ada dalam penelitian, teori-teori tersebut bisa bersumber pada buku, literatur, jurnal, dan penelitian-penelitian terdahulu.

Bab III berupa metode penelitian yang berisikan tentang pelaksanaan penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data, teknik pengolahan data dan teknik analisis data. Bab IV merupakan penyajian data dan analisis. Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang telah dilakukan dan menjelaskan jawaban dari rumusan masalah.

Bab V adalah berupa penutup, yang berisikan penjelasan kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran atas dasar penelitian.