

ABSTRAK

Bisnis keluarga di Indonesia memiliki kemampuan untuk tetap bertahan dan berkembang. Namun untuk bisa berlanjut pihak pemangku kepentingan menemui tantangan yang krusial seperti tantangan dalam peralihan generasi, konflik diantara para *stakeholders* bisnis, dan tantangan untuk melakukan formalisasi dan ekspansi usaha (profesionalisasi perusahaan). Meneliti bisnis keluarga berskala kecil dalam pandangan model tiga dimensi perkembangan bisnis keluarga. Meliputi perkembangan dimensi keluarga, dimensi kepemilikan, dan dimensi bisnis. Penelitian dilakukan di Soto Bandung M Tarya Sawah Kurung dan Soto Bandung M Tarya Pajagalan, selama bulan Maret hingga Juli 2015. Kedua objek ini dipilih karena memiliki keunikan dalam kepemilikan dan manajemen bisnis nya. Berasal dari satu keluarga dengan merek dagang yang sama. Namun, mereka sama sekali berbeda dalam hal kepemilikan modal dan manajemen bisnis nya.

Tipe penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan analisis data bersifat induktif. Data dikumpulkan dengan wawancara mendalam (*dept interview*). Data-data dari hasil wawancara kemudian di analisis berdasarkan model tiga dimensi perkembangan bisnis keluarga. Analisis tersebut bertujuan untuk memetakan *stakeholders* (anggota keluarga, pemilik bisnis, dan karyawan) dan merumuskan strategi berdasarkan analisis SWOT.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah *stakeholders* Soto Bandung M Tarya seluruhnya berasal dari keluarga, dengan dominasi wanita di dalamnya. Masing-masing Soto bandung M Tarya, memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Namun kedua belah pihak memiliki kesamaan kekuatan agar bisnis keluarga ini bisa sukses bertahan lama. Karena Soto Bandung M Tarya masih dikendalikan oleh keluarga inti dan motivasi karyawan yang terus terpelihara.