

## ABSTRACT

Research has always been made in discovering the behavior of family or non-family employees. More than the difference in their origin, the way they associate themselves with each other in the company along with their stance might build into their motivation upon staying in the firm. This push of feelings thus becomes a substantial subject in knowing how to better treat the workforce in the company. Within that, intrinsic motivation serves as the more important part of the motivation spectrum as it not only becomes the driving force of action but also is developed on the matter of enjoyment and interest, one that is highly personal. Thus, along with the prevailing research and opinion, this research aims to help add value to the exploration of the intrinsic motivation of both family and non-family managers in the field of family business in Indonesia as well as distinguish its factors to assist Indonesian family businesses in acknowledging their employee's wants and needs.

The method used in this research is qualitative in origin using the multiple case study technique. Sampling is done through non-probability sampling with the chosen 7 participants across three companies. The analysis is then executed through thematic analysis, more specifically template analysis, as it provides a flexible but suited technique to highlight and conclude findings.

The result is then subdivided into three themes within the formation of intrinsic motivation; autonomy, mastery, and purpose. The main difference between the two groups lies in their view of the firm. Family managers build their intrinsic motivation through flexibility in their autonomy, autodidact mastery, as well as their wants to continue the 'legacy'. While non-family managers' autonomy is given through the company's trust, mastery through growth as a form of driving force, as well as their need to leave a 'mark' in the company. Family managers found that they wanted to prove themselves to the firm that they are able to lead the company, while non-family managers found enjoyment in being 'recognized' by the family.

**Keywords:** *family business, intrinsic motivation, managerial employees, qualitative research, multiple case study*

## ABSTRAK

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengetahui perilaku karyawan keluarga atau non-keluarga. Selain perbedaan asal usul mereka, cara mereka mengasosiasikan diri dengan satu sama lain di perusahaan serta sikap mereka mempengaruhi motivasi mereka untuk tetap bertahan di perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perasaan ini menjadi subjek penting dalam mengetahui bagaimana memperlakukan tenaga kerja di perusahaan keluarga dengan lebih baik. Dalam hal ini, motivasi intrinsik berfungsi sebagai faktor penting dari spektrum motivasi karena tidak hanya menjadi kekuatan pendorong tindakan tetapi juga dikembangkan berdasarkan kenikmatan dan minat mereka sendiri, sesuatu yang bersifat pribadi. Dengan demikian, seiring dengan penelitian yang ada, penelitian ini bertujuan untuk membantu memberi nilai tambah pada eksplorasi motivasi intrinsik baik dari manajer keluarga maupun non-keluarga dalam bidang bisnis keluarga di Indonesia serta membedakan faktor-faktornya dalam membantu bisnis keluarga Indonesia dalam membantu kebutuhan karyawannya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan teknik studi kasus ganda. Pengambilan sampel dilakukan melalui *non-probability sampling* dengan 7 partisipan terpilih dari tiga perusahaan yang berbeda. Analisis tersebut kemudian dilaksanakan melalui analisis tematik, lebih khusus lagi analisis templat, karena analisis ini menyediakan teknik yang fleksibel namun sesuai untuk menemukan hasil yang diperlukan.

Hasilnya kemudian dibagi lagi menjadi tiga tema dalam pembentukan motivasi intrinsik; otonomi (*autonomy*), penguasaan (*mastery*), dan tujuan (*purpose*). Perbedaan utama antara kedua kelompok terletak pada pandangan mereka terhadap perusahaan. Manajer yang bersifat keluarga membangun motivasi intrinsik mereka melalui fleksibilitas dalam otonomi mereka, penguasaan yang otodidak, serta keinginan mereka untuk melanjutkan ‘warisan keluarga’. Sedangkan otonomi manajer yang bersifat non-keluarga diberikan melalui kepercayaan perusahaan, pertumbuhan sebagai pendorong motivasi, serta kebutuhan mereka untuk meninggalkan ‘jejak’ di perusahaan. Manajer yang bersifat keluarga merasa ingin membuktikan kepada perusahaan bahwa mereka mampu memimpin perusahaan, sementara manajer non-keluarga merasa senang karena ‘diakui’ oleh perusahaan/keluarga.

**Kata Kunci:** *bisnis keluarga, motivasi intrinsik, karyawan manajerial, penelitian kualitatif, studi kasus ganda*