

ABSTRACT

Pursuing Innovativeness Through Socioemotional Wealth (SEW) Objectives: A Study of a Nonfamily-Managed German Family Firm in Indonesia

This study investigates how socioemotional wealth (SEW) objectives influence innovation strategies within a nonfamily-managed German family business, a surgical instrument manufacturer operating in Indonesia. By employing a qualitative case study approach, data were collected through interviews with key nonfamily managers (NFM) and complemented with secondary data from company reports and relevant literature. By employing thematic analysis in MAXQDA software, the primary data gathered from the interviews are developed into codes and themes. The framework used in the data analysis is SEW Objectives and Innovation framework developed by Miller et al. (2015), which highlights the interplay between SEW of family businesses and innovation. The findings reveal that NFM contribute to strategic decision-making, mediating between family owners and operational realities. To pursue innovation, the company does initiatives through investment in advanced technology, employee skill development, and community engagement through corporate social responsibility (CSR) programs. PT. XYZ employs a conservative innovation approach, prioritizing continuous improvement, quality, and business centric SEW objectives. Despite operating in a low-velocity strategic environment, the firm achieves competitive advantage by fostering professionalism and trust within its workforce. This research enriches family business literature by highlighting the interplay of SEW preservation and innovation in a nonfamily-managed context. The findings provide practical insights for family firms about the dynamics in achieving innovativeness to navigate the complexities of global markets as a family business dominated by nonfamily employees.

Keywords: socioemotional wealth, innovation strategies, nonfamily managers, family business, surgical instruments manufacturing, strategic management.

INTISARI

Mengejar Inovasi Melalui Tujuan Kekayaan Socioemotional (SEW): Studi pada Perusahaan Keluarga Jerman yang Tidak Dikelola Keluarga di Indonesia

Penelitian ini menyelidiki bagaimana tujuan kekayaan sosioemosional (SEW) mempengaruhi strategi inovasi dalam sebuah perusahaan keluarga Jerman yang tidak dikelola oleh keluarga, yaitu produsen alat bedah yang beroperasi di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara dengan manajer non-keluarga (NFM) dan dilengkapi dengan data sekunder dari laporan perusahaan dan literatur yang relevan. Dengan menggunakan analisis tematik dalam aplikasi MAXQDA, data utama yang diperoleh dari wawancara dikembangkan menjadi kode dan tema. Beberapa kerangka kerja digunakan dalam analisis data, seperti Kerangka Tujuan SEW dan Inovasi yang dikembangkan oleh Miller et al. (2015), Lima Kekuatan Porter, dan analisis Rantai Nilai Porter. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa NFM berkontribusi dalam pengambilan keputusan strategis, menjadi mediator antara pemilik keluarga dan realitas operasional. Untuk mengejar inovasi, perusahaan melakukan inisiatif melalui investasi dalam teknologi canggih, pengembangan keterampilan karyawan, dan keterlibatan masyarakat melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). PT. XYZ menerapkan pendekatan inovasi konservatif, dengan memprioritaskan perbaikan berkelanjutan, kualitas, dan tujuan SEW yang berfokus pada bisnis. Meskipun beroperasi di lingkungan strategis dengan laju perubahan yang rendah, perusahaan mencapai keunggulan kompetitif dengan memupuk profesionalisme dan kepercayaan di dalam tenaga kerjanya. Penelitian ini memperkaya literatur bisnis keluarga dengan menyoroti hubungan antara pelestarian SEW dan inovasi dalam konteks yang dikelola oleh non-keluarga. Temuan ini memberikan wawasan praktis bagi perusahaan keluarga tentang dinamika dalam mencapai inovasi untuk menavigasi kompleksitas pasar global sebagai perusahaan keluarga yang didominasi oleh karyawan non-keluarga.

Kata kunci: *kekayaan sosio-emosional, strategi inovasi, manajer non-keluarga, bisnis keluarga, pembuatan instrumen bedah, manajemen strategis.*