UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM BISNIS KELUARGA: STUDI KASUS SMARTANI
Laurentius Damar Parthasiwi, Ely Susanto, S.IP., MBA., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

Lembar judul i
Lembar pengesahan ii
Lembar Pernyataan keaslian iii
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
INTISARI xiii
ABSTRACT xiv
BAB I. PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 5
1.3. Pertanyaan Penelitian 8
1.4. Tujuan Penelitian 8
1.5. Manfaat Penelitian 9
1.6. Lingkup Penelitian 12
BAB II. LANDASAN TEORI 14
2.1. *Sensemaking* 16
2.2. Negosiasi Keluarga 17
2.3. Pembangunan Legitimasi 19
2.4. Komitmen dan Stabilisasi Keputusan 20
2.5. Kerangka Penelitian 21
BAB III. METODA PENELITIAN 24
3.1. Desain Penelitian 24

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM BISNIS KELUARGA: STUDI KASUS SMARTANI
Laurentius Damar Parthasiwi, Ely Susanto, S.IP., MBA., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.2. Metoda Pengumpulan Data 27
3.3. Metoda Analisis Data 31
3.4. Profil Kasus 33
3.4.1. Sejarah Perkembangan dan Evolusi Lini Usaha.....34
3.4.2. Struktur Organisasi dan Dinamika Tata Kelola Keluarga 36
3.4.3. Model Nilai dan Sumber Daya Organisasi 36
3.4.4. Dinamika Isu Utama dalam Kasus 37
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 39
4.1. *Sensemaking* Antar Aktor 39
4.1.1 Ambiguitas sebagai Pemicu Isu Strategis 39
4.1.2 *Sensemaking* Individu sebagai Dasar 44
4.1.3 Proses *Sensemaking* antar Aktor 48
4.1.4 Hasil dari *Sensemaking* 53
4.2. Negosiasi Relasional Keputusan Bisnis Keluarga 58
4.2.1. Ketimpangan Relasional.....58
4.2.2. Basis Pengaruh Aktor dalam Negosiasi 65
4.2.3. Proses Negosiasi.....69
4.2.4. Dinamika Hasil Negosiasi 75
4.3. Pembangunan Legitimasi Keputusan.....81
4.3.1. Legitimasi sebagai Luaran Kolektif 81
4.3.2. Mekanisme Legitimasi 84
4.3.3. SEW sebagai Basis Legitimasi.....87
4.3.4. Dinamika Hasil dan Resistensi.....97
4.4. Komitmen dan Pola Keputusan di Smartani.....100
4.4.1. Komitmen Aktor dalam Implementasi Keputusan 100
4.4.2. Konsistensi Operasional 106
4.4.3. Penguatan Jalur (*Path Reinforcement*) 119
4.4.4. Pembentukan Pola dan *Path Dependence* 123

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM BISNIS KELUARGA: STUDI KASUS SMARTANI
Laurentius Damar Parthasiwi, Ely Susanto, S.IP., MBA., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.5. Model Pengambilan Keputusan di Smartani 128
4.5.1. Proses Keputusan 129
4.5.2. Proses Eksekusi 130
4.5.3. *Path Dependence* 132
4.5.4. Batasan Struktural 132
4.5.5. *Self-reinforcing Factors* 133
4.6. Diskusi dan Pembahasan 133
4.6.1. *Sensemaking* yang bias 134
4.6.2. Terbatasnya Ruang Negosiasi Relasional Terbuka 136
4.6.3. Legitimasi sebagai Penentu Arah Keputusan 140
4.6.4. Komitmen dan Pola Keputusan yang Mengunci Masa Depan 142
4.7. Kontribusi Teoritis Penelitian 146
4.8. Implikasi Manajerial 148
BAB V. SIMPULAN 152
5.1. Kesimpulan 152
5.2. Saran 153
5.3. Keterbatasan 155
DAFTAR PUSTAKA 158