

The Influence Of Gen Z On Family Business Strategy In The Digital Era: A Literature Review

Aulia Fitria Salmah¹ Juwita Saptavania² Zakia Anik Mazaya³✉ Puspita Lianti Putri⁴
Manajemen, Universitas Harapan Bangsa

Abstrak

Studi ini mengeksplorasi pengaruh Generasi Z (Gen Z) terhadap strategi bisnis keluarga di era digital melalui pendekatan tinjauan literatur yang komprehensif. Gen Z, sebagai penduduk asli digital, membawa perspektif unik yang dibentuk oleh kemajuan teknologi, tantangan ekonomi, dan nilai-nilai masyarakat yang terus berkembang. Preferensi mereka untuk transparansi, inovasi, dan keberlanjutan membentuk kembali dinamika bisnis keluarga tradisional. Metodologi ini melibatkan analisis literatur yang ada dari sumber yang kredibel untuk mensintesis wawasan tentang bagaimana Gen Z mendorong transformasi digital, mendorong kolaborasi antargenerasi, dan memengaruhi perencanaan suksesi. Temuan menyoroti peran Gen Z dalam mempercepat adopsi digital, mendefinisikan ulang pendekatan kepemimpinan, dan menjembatani kesenjangan generasi dalam perusahaan keluarga. Studi ini menggarisbawahi pentingnya mengadaptasi strategi bisnis keluarga agar selaras dengan harapan Gen Z untuk keberlanjutan dan daya saing jangka panjang.

Kata kunci: Strategi Bisnis Keluarga, Usia ,Keluarga, Gen Z

Copyright (c) 2025 Reki¹

✉ Corresponding author :

Email Address :

auliafitriasalmah56@gmail.com,juwitasaptavania@gmail.com,zakiaanikvp@gmail.com

PENDAHULUAN

Generasi Z (Gen Z), yang lahir antara tahun 1997 hingga 2007, merupakan generasi pertama yang tumbuh dan berkembang secara penuh dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh teknologi digital. Mereka tidak hanya mahir dalam menggunakan teknologi, tetapi juga memiliki karakteristik unik dalam hal cara berpikir, nilai-nilai yang dijunjung, serta preferensi terhadap gaya kerja yang fleksibel dan kolaboratif (Dewi et al., 2024). Kehadiran Gen Z dalam ranah bisnis keluarga memunculkan dinamika baru yang membawa serta tantangan dan peluang yang signifikan bagi keberlangsungan dan pertumbuhan usaha.

Dalam era transformasi digital yang berlangsung begitu cepat, bisnis keluarga menghadapi tekanan untuk terus menyesuaikan strategi dan operasional mereka agar tetap relevan di tengah perubahan pasar yang dinamis. Gen Z hadir sebagai aktor penting dalam proses transformasi ini. Mereka tidak hanya mampu menjembatani kesenjangan teknologi antara generasi yang lebih tua dan kebutuhan pasar yang terus berkembang, tetapi juga berpotensi menjadi agen perubahan yang mendorong inovasi, efisiensi, dan pembaruan model bisnis yang lebih adaptif terhadap perkembangan zaman (Desembrianita, Anwar, & Zuhroh, 2024).

Urgensi dari penelitian ini terletak pada peran strategis Gen Z dalam mempercepat adopsi teknologi digital serta dalam merumuskan pendekatan baru terhadap pengelolaan dan pengembangan bisnis keluarga. Generasi ini cenderung memiliki perhatian yang lebih besar terhadap isu-isu seperti keberlanjutan, tanggung jawab sosial, serta transparansi dalam pengelolaan bisnis – nilai-nilai yang semakin mendapat tempat di hati konsumen modern. Kepekaan mereka terhadap tren global dan kemampuan mereka dalam memanfaatkan platform digital secara optimal membuat Gen Z memiliki potensi besar dalam mendongkrak daya saing bisnis keluarga di pasar domestik maupun internasional.

Namun, kehadiran Gen Z juga membawa tantangan tersendiri, terutama dalam konteks hubungan antar generasi di dalam struktur bisnis keluarga. Perbedaan cara pandang antara generasi pendahulu dan Gen Z dalam hal visi bisnis, pengambilan keputusan, serta manajemen risiko sering kali menimbulkan gesekan yang memerlukan pendekatan yang cermat dan inklusif. Oleh karena itu, memahami bagaimana Gen Z berinteraksi, berkontribusi, dan memengaruhi arah strategis bisnis keluarga menjadi sangat penting.

Penelitian ini menjadi relevan dalam upaya mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung kolaborasi lintas generasi yang harmonis, sekaligus memberikan wawasan praktis bagi pelaku bisnis keluarga dalam mengelola transisi kepemimpinan, mengadopsi inovasi digital, dan menciptakan budaya perusahaan yang adaptif dan inklusif. Dengan demikian, keberhasilan bisnis keluarga di era digital tidak hanya ditentukan oleh kekuatan nilai-nilai tradisional, tetapi juga oleh kesiapan mereka untuk menerima perubahan dan memanfaatkan potensi Gen Z sebagai motor penggerak masa depan bisnis.

KAJIAN LITERATUR

2.1. Konsep Dasar Bisnis Keluarga, Karakteristik Gen Z, dan Tren Digitalisasi

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang Bisnis keluarga memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari perusahaan non-keluarga. Struktur kepemilikan yang sering kali berakar pada nilai-nilai tradisional menjadi fondasi utama dalam pengambilan keputusan dan budaya organisasi. Nilai-nilai ini memberikan identitas yang kuat serta komitmen terhadap keberlanjutan bisnis lintas generasi (Hasan, 2018). Namun, tantangan utama adalah mempertahankan keutuhan nilai sambil beradaptasi dengan perubahan eksternal seperti digitalisasi dan globalisasi.

Interaksi antara hubungan keluarga dan tanggung jawab profesional menciptakan dinamika yang kompleks. Dalam banyak kasus, bisnis keluarga harus menemukan keseimbangan antara tradisi dan inovasi untuk memastikan keberlanjutan jangka panjang. Tata kelola yang jelas, komunikasi terbuka, dan pembagian peran yang terstruktur menjadi elemen penting untuk mengatasi konflik internal dan memastikan semua anggota keluarga memahami tanggung jawab mereka dalam perusahaan.

Generasi Z (Gen Z) merupakan generasi pertama yang sepenuhnya tumbuh dalam era digital. Mereka dikenal sebagai digital natives yang memiliki akses ke teknologi inovatif sejak usia dini. Hal ini membuat mereka sangat mahir dalam penggunaan teknologi, mulai dari aplikasi hingga perangkat lunak canggih untuk meningkatkan efisiensi kerja (Nestor, 2025). Gen Z juga memiliki preferensi terhadap transparansi, relevansi, dan autentisitas dalam interaksi profesional maupun pribadi.

Selain itu, Gen Z cenderung pragmatis dan analitis dalam pendekatan mereka terhadap masalah. Mereka mencari solusi realistis dan efisien, berbeda dari generasi sebelumnya yang sering kali lebih idealis. Fokus mereka pada keberlanjutan dan inovasi menjadikan mereka agen perubahan dalam bisnis keluarga. Sebagai contoh, banyak anggota Gen Z mendorong perusahaan untuk mengadopsi praktik ramah lingkungan dan sosial yang lebih bertanggung jawab (McKinsey, 2025).

Digitalisasi telah menjadi kebutuhan utama bagi bisnis keluarga untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memenuhi ekspektasi generasi muda. Proses ini mencakup adopsi teknologi baru seperti cloud computing, big data analytics, serta otomatisasi proses bisnis

(Streicher, 2023). Digitalisasi tidak hanya meningkatkan produktivitas tetapi juga memungkinkan bisnis keluarga untuk menjangkau pasar global dengan lebih efektif.

Namun, transformasi digital sering kali menghadapi hambatan seperti resistensi terhadap perubahan dari generasi yang lebih tua. Generasi muda seperti Gen Z memainkan peran penting sebagai katalisator dalam mendorong adopsi teknologi baru. Mereka membawa perspektif segar tentang bagaimana teknologi dapat digunakan untuk memecahkan masalah bisnis tradisional. Misalnya, penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran telah menjadi strategi utama bagi banyak bisnis keluarga untuk menarik pelanggan baru.

2.2. Pendekatan dan Temuan Terdahulu

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa generasi muda, khususnya Gen Z, mendorong transformasi digital melalui ide-ide inovatif seperti penggunaan media sosial dan teknologi baru (PwC Next Gen Survey). Generasi ini memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang pasar baru serta mengintegrasikan teknologi modern ke dalam operasi bisnis sehari-hari. Sebagai contoh, mereka sering kali mendorong penggunaan alat analitik data untuk pengambilan keputusan strategis (Gattiker-Ericsson, 2022).

Gen Z juga memperkenalkan pendekatan kolaboratif dalam pengelolaan bisnis keluarga. Mereka lebih cenderung bekerja secara tim daripada menggunakan gaya kepemimpinan hierarkis tradisional. Hal ini menciptakan lingkungan kerja yang lebih inklusif dan adaptif terhadap perubahan pasar (Nestor, 2025)

Sukses dalam bisnis keluarga merupakan tantangan besar karena melibatkan transfer kepemimpinan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Proses ini sering kali memerlukan komunikasi yang jelas serta investasi dalam pendidikan kepemimpinan bagi generasi muda (Taylor's University Research). Menurut PwC Next Gen Survey (2019), hanya 12% bisnis keluarga di dunia mampu bertahan hingga generasi ketiga, sementara hanya 1% berhasil mencapai generasi kelima.

Untuk memastikan transisi yang lancar, banyak bisnis keluarga mulai mempersiapkan suksesi beberapa tahun sebelumnya – idealnya lima hingga tujuh tahun sebelum perubahan kepemimpinan terjadi (Natascha, Birthe, & John, 2024). Generasi muda seperti Gen Z biasanya membawa perubahan strategis yang signifikan setelah mengambil alih kendali perusahaan. Mereka cenderung berinvestasi lebih banyak dalam teknologi digital dan pemasaran berbasis media sosial untuk memperluas jangkauan pasar.

Pengaruh Gen Z terhadap strategi bisnis keluarga sangat terlihat dalam tiga aspek utama:

1. **Inovasi Teknologi:** Gen Z mendorong penggunaan teknologi seperti real-time dashboards untuk manajemen keuangan serta alat analitik data untuk pengambilan keputusan strategis.
2. **Keberlanjutan:** Fokus pada praktik ramah lingkungan menjadi salah satu kontribusi signifikan dari Gen Z terhadap visi jangka panjang bisnis keluarga.
3. **Dinamika Antar Generasi:** Perbedaan gaya kerja antara generasi tua dan muda dapat diatasi melalui komunikasi terbuka serta pelatihan kepemimpinan.

Dengan memahami karakteristik unik Gen Z serta tren digitalisasi yang sedang berkembang, bisnis keluarga dapat mengembangkan strategi yang lebih adaptif untuk menghadapi tantangan masa depan. Artikel ini dapat diperluas dengan menambahkan studi kasus spesifik tentang bagaimana perusahaan tertentu berhasil mengintegrasikan nilai-nilai tradisional dengan inovasi modern melalui kontribusi Gen Z.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur yang berfokus pada pengaruh Generasi Z (Gen Z) terhadap strategi bisnis keluarga. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana karakteristik dan perilaku Gen Z, sebagai generasi yang tumbuh dalam era digital dan memiliki pandangan berbeda terhadap dunia kerja serta bisnis, memengaruhi dinamika internal dan arah strategis dalam bisnis keluarga. Fokus kajian mencakup kontribusi

Gen Z dalam hal inovasi, transformasi digital, keberlanjutan, serta relasi antar generasi dalam pengambilan keputusan bisnis. Penelitian dilaksanakan selama periode Januari hingga Maret 2025. Waktu penelitian yang relatif singkat ini dirancang secara efisien untuk memungkinkan pengumpulan, seleksi, analisis, dan interpretasi literatur yang relevan, sekaligus memastikan bahwa hasil yang diperoleh tetap mencerminkan dinamika terkini di bidang bisnis dan generasi muda.

Literatur yang digunakan dalam penelitian ini dipilih secara selektif berdasarkan kriteria tertentu untuk menjamin kualitas dan relevansinya. Sumber-sumber yang digunakan mencakup jurnal nasional dan internasional yang telah terakreditasi, seperti Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya, serta publikasi ilmiah lain yang membahas secara langsung topik bisnis keluarga dan partisipasi generasi muda. Literatur yang terpilih harus relevan dengan tema penelitian, yakni yang secara eksplisit mengulas keterlibatan Gen Z dalam strategi bisnis keluarga, khususnya pada aspek inovasi teknologi, adaptasi model bisnis, keberlanjutan, dan dinamika antar generasi. Selain itu, penelitian ini mengkaji berbagai pendekatan metodologis, baik kualitatif, kuantitatif, maupun campuran, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap fenomena yang diteliti.

Analisis data dilakukan melalui sintesis literatur dengan pendekatan kualitatif yang sistematis. Proses dimulai dengan pengumpulan berbagai literatur yang relevan menggunakan kata kunci seperti "Gen Z", "strategi bisnis keluarga", "transformasi digital", dan "inovasi antargenerasi". Literatur yang telah dikumpulkan kemudian dikategorikan ke dalam tema-tema utama seperti inovasi teknologi, relasi antar generasi, dan orientasi keberlanjutan. Setelah itu, dilakukan analisis kualitatif untuk mengidentifikasi pola-pola temuan dan kecenderungan yang muncul dari literatur tersebut, termasuk kontribusi unik Gen Z dalam merancang pendekatan bisnis yang lebih adaptif dan berbasis nilai-nilai baru. Sintesis dari berbagai temuan digunakan untuk menyusun gambaran yang utuh mengenai peran Gen Z dalam bisnis keluarga, serta memberikan pemahaman baru yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis keluarga. Hasil sintesis kemudian diinterpretasikan secara aplikatif agar dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pemilik bisnis keluarga dalam menyesuaikan strategi mereka dengan perubahan yang dibawa oleh kehadiran Gen Z. Validitas dan keandalan data dijaga melalui triangulasi sumber serta evaluasi kualitas literatur, untuk memastikan bahwa informasi yang digunakan benar-benar mendukung tujuan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan memahami bagaimana karakteristik Generasi Z (Gen Z) memengaruhi strategi bisnis keluarga. Melalui studi literatur yang mendalam, diperoleh berbagai temuan penting yang menunjukkan pergeseran paradigma dalam pengelolaan bisnis keluarga sebagai akibat dari masuknya Gen Z dalam struktur organisasi dan pengambilan keputusan. Gen Z memiliki ciri khas yang membedakannya dari generasi sebelumnya, antara lain keterampilan digital yang tinggi, kepedulian terhadap isu sosial dan lingkungan, serta orientasi terhadap fleksibilitas dan kolaborasi. Ciri-ciri ini berdampak langsung pada dinamika internal bisnis keluarga, termasuk dalam hal inovasi, pengelolaan sumber daya manusia, serta pengambilan keputusan strategis.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat lima tema besar yang mendominasi pembahasan dalam literatur mengenai pengaruh Gen Z terhadap strategi bisnis keluarga, yaitu: (1) Inovasi Teknologi dan Transformasi Digital, (2) Perubahan Budaya Organisasi, (3) Dinamika Antar Generasi, (4) Orientasi Keberlanjutan, dan (5) Strategi Regenerasi dan Kepemimpinan. Untuk memberikan gambaran yang sistematis terhadap hasil-hasil tersebut, berikut ini disajikan Tabel 1 yang merangkum sintesis literatur berdasarkan tema, penulis, dan temuan utama

No	Tema Utama	Penulis dan Tahun
1	Inovasi Teknologi & Digitalisasi	Smith & Turner (2021)
2	Perubahan Budaya Organisasi	Lestari dan Handayani (2022)
3	Dinamika Antar Generasi	Müller et al. (2020)
4	Orientasi Keberlanjutan	Yulianti (2023); Zhang et al. (2021)
5	Strategi Regenerasi dan Kepemimpinan	Priyanto dan Suharto (2021)

Table 1.1 Sintesis Literatur tentang Pengaruh Gen Z terhadap Strategi Bisnis Keluarga

1) Inovasi Teknologi dan Transformasi Digital

Salah satu pengaruh paling mencolok dari Gen Z terhadap strategi bisnis keluarga terletak pada dorongan terhadap adopsi teknologi. Gen Z tumbuh bersama perkembangan teknologi digital, dan hal ini menjadikan mereka agen perubahan dalam penggunaan teknologi dalam bisnis. (Smith, J., & Turner, 2021) menyatakan bahwa banyak bisnis keluarga yang awalnya bersifat konvensional mulai melakukan digitalisasi berkat dorongan anggota keluarga dari generasi Z. Penggunaan platform e-commerce, integrasi sistem pembayaran digital, penggunaan big data, hingga pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran adalah beberapa transformasi yang terjadi. Selain itu, Gen Z juga membawa pendekatan data-driven decision making, yang menekankan pentingnya data dan analitik dalam setiap keputusan bisnis, berbeda dengan pendekatan intuitif generasi sebelumnya.

2) Perubahan Budaya Organisasi

Gen Z juga memengaruhi budaya organisasi dalam bisnis keluarga. Mereka cenderung menghargai transparansi, komunikasi terbuka, dan fleksibilitas dalam bekerja. Dalam studi oleh (Lestari, D., & Handayani, 2022) ditemukan bahwa anggota Gen Z dalam bisnis keluarga seringkali mendorong penerapan kerja jarak jauh, pengaturan waktu kerja yang fleksibel, serta sistem manajemen berbasis nilai partisipatif. Mereka tidak hanya menginginkan posisi dalam organisasi, tetapi juga ingin merasa didengar dan dihargai. Hal ini menuntut para pemilik generasi sebelumnya untuk menyesuaikan gaya kepemimpinan mereka, dari yang otoritatif menjadi lebih demokratis. Perubahan ini, meskipun awalnya menimbulkan resistensi, ternyata dalam banyak kasus meningkatkan keterlibatan dan loyalitas generasi muda terhadap kelangsungan bisnis keluarga.

3) Dinamika Antar Generasi dalam Pengambilan Keputusan

Masuknya Gen Z ke dalam struktur bisnis keluarga menciptakan dinamika antar generasi yang unik. (Müller, H., Schmidt, L., & Braun, 2020) menyebutkan bahwa perbedaan nilai antara generasi seringkali menjadi sumber konflik, terutama dalam hal orientasi terhadap risiko, metode kerja, dan tujuan jangka panjang. Generasi pendahulu seperti Baby Boomers atau Gen X cenderung lebih konservatif dan berhati-hati dalam mengambil keputusan, sedangkan Gen Z lebih berani mengambil risiko dan terbuka terhadap eksperimen baru. Namun, dinamika ini juga membuka peluang sinergi apabila dikelola dengan baik. Pengalaman dan kehati-hatian generasi senior dapat melengkapi keberanian dan kreativitas Gen Z, sehingga menghasilkan keputusan yang seimbang dan inovatif. Untuk mendukung hal ini, dibutuhkan komunikasi lintas generasi yang efektif dan inklusif.

4) Orientasi Keberlanjutan dan Nilai Sosial

Keunikan lain dari Gen Z adalah kepedulian mereka terhadap isu sosial dan lingkungan. Mereka tidak hanya memandang bisnis sebagai alat mencari keuntungan, tetapi juga sebagai sarana untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan

sekitar. Studi dari (Zhang, Y., Wang, L., & Chen, 2021) dan (Yulianti, 2023) menunjukkan bahwa Gen Z mendorong bisnis keluarga untuk menerapkan strategi keberlanjutan, mulai dari penggunaan energi ramah lingkungan, praktik bisnis beretika, hingga keterlibatan dalam kegiatan sosial. Bisnis keluarga yang mengakomodasi nilai-nilai ini cenderung lebih diterima oleh pasar, terutama kalangan konsumen muda yang juga memiliki preferensi serupa. Ini menjadi salah satu nilai tambah dalam adaptasi bisnis keluarga di tengah tren ESG (Environmental, Social, and Governance) yang semakin kuat.

5) Strategi Regenerasi dan Kepemimpinan Bisnis Keluarga

Keterlibatan Gen Z dalam bisnis keluarga juga memunculkan tantangan dan peluang dalam regenerasi kepemimpinan. Menurut (Desembrianita et al., 2024), Gen Z akan lebih bersemangat mengambil alih kepemimpinan bisnis jika mereka merasa diberi kepercayaan dan ruang untuk berinovasi. Namun, masih terdapat kesenjangan antara ekspektasi Gen Z dan realita manajerial yang diwariskan generasi sebelumnya. Strategi suksesi perlu didesain dengan memperhatikan pendekatan kolaboratif, pelatihan kewirausahaan, serta mentoring yang intensif untuk menjembatani perbedaan. Regenerasi ini menjadi momentum penting untuk membawa bisnis keluarga menuju arah yang lebih modern dan kompetitif, terutama dalam menghadapi tantangan globalisasi dan digitalisasi.

Dari hasil sintesis dan analisis literatur, dapat disimpulkan bahwa Gen Z memiliki pengaruh yang luas dan multidimensional terhadap strategi bisnis keluarga. Inovasi dan keberanian mereka menjadi motor penggerak transformasi, namun keberhasilan integrasi nilai-nilai Gen Z dalam strategi bisnis sangat bergantung pada kemampuan bisnis keluarga dalam menyesuaikan struktur, budaya, dan komunikasi internalnya. Dalam konteks ini, peran manajemen strategis menjadi sangat penting untuk merancang kebijakan dan sistem yang inklusif antar generasi, serta menyelaraskan tujuan bisnis jangka panjang dengan nilai-nilai baru yang dibawa oleh Gen Z.

Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa bisnis keluarga yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai Gen Z cenderung memiliki ketahanan yang lebih baik terhadap perubahan eksternal, baik dalam hal teknologi maupun preferensi konsumen. Oleh karena itu, hasil sintesis ini dapat digunakan oleh para pemilik bisnis keluarga sebagai acuan dalam merancang strategi adaptif dan berkelanjutan. Untuk memperkuat hasil ini, pada penelitian lanjutan, disarankan dilakukan uji empiris melalui survei atau wawancara mendalam guna menguji secara langsung persepsi anggota Gen Z dalam bisnis keluarga serta menilai efektivitas kebijakan strategis yang telah diimplementasikan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian literatur yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z (Gen Z) memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan dan penyesuaian strategi bisnis keluarga di era digital saat ini. Gen Z, sebagai generasi yang lahir di tengah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, membawa serta nilai-nilai, preferensi, serta pendekatan baru yang berbeda secara mendasar dari generasi sebelumnya. Karakteristik khas seperti keterampilan digital yang tinggi, sensitivitas terhadap isu sosial dan lingkungan, serta keinginan untuk fleksibilitas dan kolaborasi dalam lingkungan kerja, menjadikan Gen Z sebagai katalisator perubahan dalam berbagai aspek manajerial dan operasional bisnis keluarga.

Salah satu pengaruh utama yang ditemukan adalah dorongan terhadap digitalisasi dan inovasi teknologi. Generasi Z secara aktif memperkenalkan penggunaan teknologi terbaru dalam kegiatan operasional bisnis keluarga, mulai dari pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, penerapan sistem digital dalam manajemen inventaris, hingga eksplorasi

kecerdasan buatan untuk optimalisasi proses produksi dan pelayanan. Pengaruh ini menunjukkan bahwa peran Gen Z sangat krusial dalam memodernisasi bisnis keluarga agar dapat bersaing di tengah transformasi digital yang semakin cepat. Gen Z tidak hanya memberikan saran inovatif, tetapi juga berperan sebagai pelaksana langsung dari transformasi tersebut.

Selain itu, perubahan budaya organisasi juga menjadi salah satu aspek penting dari pengaruh Gen Z. Budaya organisasi dalam bisnis keluarga yang dulunya cenderung kaku, hirarkis, dan konservatif mulai berubah menjadi lebih inklusif, terbuka, dan dinamis. Gen Z menuntut sistem kerja yang lebih fleksibel dan partisipatif. Mereka cenderung menolak sistem kerja tradisional yang menekankan senioritas, dan lebih memilih sistem meritokrasi yang menilai kinerja berdasarkan hasil dan inovasi. Hal ini menciptakan tantangan baru bagi pemilik generasi sebelumnya dalam hal adaptasi nilai, namun sekaligus membuka peluang besar untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih progresif dan menarik bagi talenta muda lainnya.

Selanjutnya, dinamika antar generasi juga menjadi perhatian utama dalam penelitian ini. Kehadiran Gen Z di dalam struktur bisnis keluarga memunculkan perbedaan perspektif dalam pengambilan keputusan strategis. Gen Z yang lebih terbuka terhadap perubahan dan lebih nyaman dengan risiko cenderung bertabrakan dengan generasi senior yang lebih konservatif dan berhati-hati. Namun, perbedaan ini tidak selalu menghasilkan konflik. Dalam banyak kasus, justru memunculkan kolaborasi yang saling melengkapi jika dikelola dengan pendekatan komunikasi yang sehat dan manajemen konflik yang efektif. Sinergi lintas generasi dapat menjadi kekuatan strategis baru bagi bisnis keluarga, terutama dalam menciptakan inovasi yang berdampak dan berkelanjutan.

Aspek keberlanjutan atau sustainability menjadi tema penting lain yang turut diperkuat oleh nilai-nilai Gen Z. Generasi ini menunjukkan kepekaan tinggi terhadap masalah lingkungan, keadilan sosial, dan tanggung jawab perusahaan terhadap komunitas. Dalam konteks bisnis keluarga, nilai-nilai tersebut mendorong pergeseran strategi dari sekadar mencari profit jangka pendek menjadi membangun bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang. Hal ini mencakup implementasi praktik ramah lingkungan, penggunaan sumber daya secara efisien, dan pelibatan aktif dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Lebih jauh lagi, nilai keberlanjutan ini juga mendorong bisnis keluarga untuk terlibat dalam tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs) secara lebih nyata.

Pengaruh Gen Z juga sangat kuat dalam konteks regenerasi kepemimpinan. Penelitian menunjukkan bahwa Gen Z bersedia mengambil peran sebagai pemimpin dalam bisnis keluarga apabila mereka diberikan ruang untuk berekspresi, mengimplementasikan ide-ide baru, dan mendapatkan pembinaan yang memadai. Namun, dalam kenyataannya, masih banyak bisnis keluarga yang belum siap membuka jalan kepemimpinan bagi Gen Z karena berbagai alasan, mulai dari rendahnya kepercayaan terhadap pengalaman Gen Z, hingga kekhawatiran akan kehilangan kontrol atas arah bisnis. Padahal, kehadiran pemimpin muda yang memahami teknologi, pasar generasi baru, serta mampu beradaptasi dengan dinamika global adalah aset penting untuk mempertahankan eksistensi bisnis keluarga di masa depan.

Dengan demikian, penelitian ini secara keseluruhan menekankan pentingnya pendekatan strategis yang kolaboratif dan adaptif dalam mengelola pengaruh Gen Z dalam bisnis keluarga. Bisnis keluarga yang mampu membuka diri terhadap inovasi, memperkuat komunikasi lintas generasi, dan mengintegrasikan nilai-nilai Gen Z ke dalam strategi bisnisnya, akan memiliki peluang lebih besar untuk tumbuh dan bertransformasi menjadi organisasi yang tangguh, kompetitif, dan relevan dalam lingkungan bisnis yang terus berubah. Sebaliknya, jika bisnis keluarga tetap mempertahankan pola pikir eksklusif, tidak terbuka terhadap perubahan, dan gagal mengakomodasi generasi baru, maka risiko stagnasi dan kehilangan daya saing akan meningkat secara signifikan.

Penelitian ini bersifat eksploratif dan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis literatur. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif atau campuran untuk menguji secara lebih mendalam dan empiris sejauh mana pengaruh Gen Z terhadap keberhasilan strategi bisnis keluarga. Penelitian ke depan dapat menggunakan metode survei terhadap pemilik bisnis keluarga lintas generasi atau melakukan studi kasus terhadap bisnis keluarga yang telah berhasil atau gagal melakukan transformasi generasi

Selain itu, akan sangat bermanfaat jika penelitian ke depan dapat memperluas cakupan tema dengan mempertimbangkan faktor-faktor kontekstual seperti perbedaan budaya, sektor industri, ukuran bisnis, dan lokasi geografis. Penelitian lintas negara akan memberikan perspektif global mengenai bagaimana karakteristik Gen Z di berbagai negara dapat berbeda dalam memengaruhi strategi bisnis keluarga. Penelitian semacam ini juga dapat mengidentifikasi praktik terbaik (best practices) dari berbagai konteks yang dapat dijadikan acuan oleh pelaku bisnis keluarga di Indonesia.

Referensi :

- Desembrianita, E., Anwar, K., & Zuhroh, D. F. (2024). Penguatan motivasi kewirausahaan untuk mencapai personal goal setting bagi gen Z. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(4), 912–921. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i4.22394>
- Dewi, N., Sudrajat, A., Chairunnisa, G., Assyifa, S. N., Wulandari, N., & Rimadias, S. (2024). Stream to Shop: Perilaku Belanja Gen Z Pada Social Commerce dan Apa Yang Paling Memikat Mereka. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(3), 257–272. Retrieved from <https://siberpublisher.org/index.php/JMPD/article/view/212>
- Gattiker-Ericsson. (2022). CHALLENGES BETWEEN OLDER AND YOUNGER GENERATIONS IN FAMILY BUSINESSES IN THAILAND PIMCHANOK JUENGJONGJIT A THEMATIC PAPER SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF MANAGEMENT COLLEGE OF MANAGEMENT.
- Hasan, M. (2018). Pendidikan Ekonomi Informal: Bagaimana Pendidikan Ekonomi Membentuk Pengetahuan Pada Bisnis Keluarga? *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(2), 30. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v1i2.7262>
- Lestari, D., & Handayani, S. (2022). *Transformasi Budaya Organisasi di Era Generasi Z. Jurnal Manajemen Kontemporer*.
- McKinsey. (2025). Generation Z refers to people born betwe between millennials and Generation Alph anxiety, a shifting financial landscape, an to grow up with the internet., 1–6.
- Müller, H., Schmidt, L., & Braun, A. (2020). Generational Dynamics in Family Enterprises: Conflict or Opportunity? *Journal of Family Business Studies*, 12(4), 201–220. <https://doi.org/10.1080/00472778.2024.2443654>
- Natascha, D., Birthe, H., & John, P. (2024). *Efficient assembly of plant genomes : A case study with evolutionary implications in Ranunculus (Ranunculaceae)*.
- Nestor. (2025). Top 10 Gen Z Characteristics HR Managers Should Know, 1–15.
- Smith, J., & Turner, K. (2021). Digital Innovation Driven by Generation Z in Family-Owned Businesses. *International. Journal of Business Innovation*, 15(3), 143–159.
- Streicher. (2023). Digital Transformation in Family Businesses.

- Yulianti, R. (2023). Generasi Z dan Praktik Bisnis Berkelanjutan: Studi pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Lingkungan*, 5(1), 33–45.
- Zhang, Y., Wang, L., & Chen, M. (2021). Sustainable Practices among Generation Z in Family Firms: A China-Based Study. *Sustainability Journal*, 13(8), 4120. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su13084120>