

ANALISIS PERKEMBANGAN BISNIS KELUARGA DARI GENERASI MILENIAL KE GENERASI Z DALAM MEWUJUDKAN ADAPTASI TEKNOLOGI, INOVASI, DAN KEBERLANJUTAN BISNIS: STUDI KASUS SHENDA FLORIST

Amanda Citrani Aji¹, Devinta Nur Arumsari²

^{1,2}Kewirausahaan FEB Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
122014010004@student.upnjatim.ac.id, devinta.nur.kwu@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the development of the family business at Shenda Florist from the Millennial Generation to Generation Z and to explain the role of the successor generation in technology adaptation and business innovation to support business sustainability. This study employed a qualitative approach using a case study method. Data collection techniques were conducted through observation, semi-structured interviews, and documentation involving business owners, successor generation, employees, and customers. Data analysis used the Miles and Huberman model through data reduction, data presentation, conclusion drawing, and data verification. The results showed that business development occurred gradually following the increasing involvement of Generation Z in business management. The changes were reflected through the use of social media, live streaming, websites, and digital recording systems, as well as product and service innovations such as modern bouquets, flower boxes, flower baskets, flower classes, and workshops. In addition, the involvement of Generation Z contributed to increased revenue, market expansion, and stronger business branding. Collaboration between the Millennial Generation and Generation Z created a business management pattern that was more adaptive to technological developments and market needs. This study indicates that Generation Z plays an important role in digital transformation and family business innovation to support business sustainability.

Keywords: Family Business, Generation Z, Technology Adaptation, Business Innovation, Business Sustainability

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan bisnis keluarga pada Shenda Florist dari Generasi Milenial ke Generasi Z serta menjelaskan peran generasi penerus dalam adaptasi teknologi dan inovasi bisnis untuk mendukung keberlanjutan usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi terhadap pemilik usaha, generasi penerus, karyawan, dan pelanggan. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan bisnis berlangsung secara bertahap sejak meningkatnya keterlibatan Generasi Z dalam pengelolaan usaha. Perubahan tersebut terlihat melalui penggunaan media sosial, live streaming, *website*, dan sistem pencatatan digital, serta inovasi produk dan layanan seperti *bouquet* modern, *flower box*, *flower basket*, *flower class*, dan

workshop. Selain itu, keterlibatan Generasi Z turut mendukung peningkatan omzet, perluasan pasar, dan penguatan branding bisnis. Kolaborasi antara Generasi Milenial dan Generasi Z menciptakan pola pengelolaan usaha yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar. Penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki peran penting dalam transformasi digital dan inovasi bisnis keluarga untuk mendukung keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: Bisnis Keluarga, Generasi Z, Adaptasi Teknologi, Inovasi Bisnis, Keberlanjutan Bisnis

A. Pendahuluan

Bisnis keluarga merupakan salah satu bentuk usaha yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat global maupun nasional. Di Indonesia, bisnis keluarga berkembang dalam berbagai sektor usaha mulai dari usaha mikro, kecil, menengah, hingga perusahaan besar. Keberadaan bisnis keluarga tidak hanya memberikan kontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan perekonomian masyarakat, tetapi juga menjadi salah satu bentuk usaha yang mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi. Menurut Sabil Husein (2019), bisnis keluarga merupakan usaha yang kepemilikan dan pengelolaannya melibatkan anggota keluarga dengan tujuan mempertahankan keberlangsungan usaha lintas generasi. Keterlibatan keluarga dalam pengelolaan bisnis menjadikan bisnis keluarga memiliki karakteristik yang berbeda

dibandingkan usaha non-keluarga, terutama dalam aspek pengambilan keputusan, hubungan emosional, serta proses regenerasi usaha.

Keberlanjutan bisnis keluarga sangat dipengaruhi oleh kemampuan usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, perkembangan teknologi, serta perubahan kebutuhan pasar. Salah satu tantangan utama dalam bisnis keluarga adalah proses transisi generasi. Transisi generasi tidak hanya berkaitan dengan pergantian kepemimpinan, tetapi juga mencakup proses transfer nilai, pengalaman, pengetahuan, dan tanggung jawab dari generasi sebelumnya kepada generasi penerus. Menurut Udomkit et al. (2023), keberhasilan transisi generasi dipengaruhi oleh kemampuan generasi penerus dalam mengembangkan inovasi serta menyesuaikan bisnis terhadap perkembangan zaman tanpa

menghilangkan nilai utama bisnis keluarga.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi digital telah memberikan perubahan besar terhadap pola pengelolaan bisnis, termasuk bisnis keluarga. Kemajuan teknologi mendorong pelaku usaha untuk melakukan adaptasi agar mampu bertahan dan bersaing di tengah perkembangan pasar yang semakin dinamis. Penggunaan media sosial, digital *marketing*, *website*, dan sistem pencatatan digital menjadi bagian penting dalam pengembangan usaha modern. Rahmasari (2023) menjelaskan bahwa adaptasi teknologi dapat membantu usaha meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, serta memperkuat daya saing bisnis.

Keterlibatan generasi muda dalam bisnis keluarga menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong proses adaptasi teknologi tersebut. Generasi Z merupakan generasi yang lahir dan tumbuh di era digital sehingga memiliki karakteristik yang lebih akrab dengan teknologi dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi Z dikenal sebagai digital native karena sejak kecil telah terbiasa menggunakan internet,

media sosial, dan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Mawabagja et al. (2025), Generasi Z memiliki kemampuan yang lebih cepat dalam memahami perkembangan teknologi, lebih kreatif dalam menciptakan inovasi, serta lebih terbuka terhadap perubahan dan tren pasar.

Perbedaan karakteristik antara Generasi Milenial dan Generasi Z dalam pengelolaan bisnis keluarga dapat menciptakan perubahan dalam pola pengelolaan usaha. Generasi Milenial cenderung memiliki pengalaman yang lebih matang dan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan bisnis, sedangkan Generasi Z lebih fleksibel, cepat beradaptasi, dan berorientasi pada teknologi digital. Perbedaan karakteristik tersebut dapat menjadi tantangan sekaligus peluang dalam menciptakan keberlanjutan bisnis keluarga.

Salah satu bisnis keluarga yang mengalami proses perkembangan melalui keterlibatan Generasi Z adalah Shenda Florist. Shenda Florist merupakan usaha di bidang floristik yang didirikan pada tahun 2021 di Kota Surabaya. Perkembangan bisnis Shenda Florist berlangsung secara

bertahap dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021, usaha masih berfokus pada penjualan bunga potong dengan pemasaran sederhana melalui relasi sesama florist dan *marketplace*. Memasuki tahun 2022, mulai terjadi keterlibatan Generasi Z dalam pengelolaan usaha yang ditandai dengan pengembangan produk bouquet serta sistem pencatatan penjualan yang lebih terstruktur. Tahun 2023, bisnis mulai aktif memanfaatkan media sosial Instagram dan TikTok serta *live streaming* sebagai sarana pemasaran digital. Selanjutnya pada tahun 2024, usaha mulai mengikuti berbagai open booth dan event untuk memperluas branding bisnis. Pada tahun 2025, adaptasi teknologi semakin berkembang melalui penggunaan *website* sebagai katalog produk sekaligus sistem pencatatan digital serta pengembangan layanan flower class dan workshop.

Perubahan yang terjadi pada Shenda Florist menunjukkan bahwa keterlibatan Generasi Z tidak hanya berdampak pada penggunaan teknologi digital, tetapi juga memengaruhi perkembangan bisnis secara menyeluruh. Perkembangan tersebut terlihat melalui perubahan

pola pemasaran, inovasi produk dan layanan, sistem pengelolaan usaha yang lebih modern, serta peningkatan omzet bisnis dari tahun ke tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa adaptasi teknologi dan inovasi bisnis menjadi bagian penting dalam mendukung keberlanjutan bisnis keluarga di era digital.

Penelitian mengenai bisnis keluarga dan generasi penerus telah banyak dilakukan, namun sebagian besar penelitian masih berfokus pada keberlanjutan bisnis keluarga secara umum atau karakteristik generasi dalam dunia kerja. Penelitian yang secara khusus membahas perkembangan bisnis keluarga usaha mikro melalui transisi dari Generasi Milenial ke Generasi Z dalam konteks adaptasi teknologi dan inovasi bisnis masih relatif terbatas, khususnya pada bisnis keluarga di bidang kreatif yang mengalami perkembangan digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis perkembangan bisnis keluarga dari Generasi Milenial ke Generasi Z pada Shenda Florist serta menjelaskan peran Generasi Z dalam adaptasi teknologi dan inovasi bisnis

yang mendukung keberlanjutan usaha keluarga.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena perkembangan bisnis keluarga dari Generasi Milenial ke Generasi Z pada Shenda Florist, khususnya terkait adaptasi teknologi, inovasi bisnis, dan keberlanjutan usaha. Penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dalam kondisi alamiah dengan peneliti sebagai instrumen utama (Sugiyono, 2023).

Metode studi kasus digunakan karena penelitian berfokus pada satu objek tertentu yang diteliti secara mendalam dalam konteks nyata. Menurut Fitrah & Luthfiah (2017), studi kasus merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi suatu fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data yang detail dan komprehensif. Penggunaan metode studi kasus dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih rinci

mengenai proses perkembangan bisnis keluarga dan dinamika transisi generasi yang terjadi pada Shenda Florist.

Penelitian dilaksanakan di Shenda Florist yang berlokasi di Jalan Cipunegara No.16A, Darmo, Kecamatan Wonokromo, Kota Surabaya, Jawa Timur. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive* karena Shenda Florist merupakan bisnis keluarga yang sedang mengalami perkembangan usaha melalui keterlibatan Generasi Z dalam pengelolaan bisnis. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2026 hingga April 2026.

Subjek penelitian terdiri dari enam informan yang dipilih menggunakan *teknik purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2023). Informan dalam penelitian ini terdiri dari Generasi Milenial sebagai pengelola awal usaha, Generasi Z sebagai pihak yang terlibat aktif dalam operasional dan pemasaran bisnis, dua orang karyawan, serta dua pelanggan tetap yang mengetahui perkembangan bisnis Shenda Florist.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara partisipatif terbatas karena peneliti merupakan bagian dari pengelolaan bisnis Shenda Florist. Untuk menjaga objektivitas penelitian, data hasil observasi diverifikasi melalui wawancara dan dokumentasi menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Selain itu, peneliti juga melakukan *member check* kepada informan untuk memastikan kesesuaian data hasil wawancara dengan kondisi sebenarnya di lapangan.

Wawancara semi-terstruktur dilakukan kepada seluruh informan penelitian untuk memperoleh informasi secara mendalam mengenai perkembangan bisnis, adaptasi teknologi, inovasi usaha, dan keberlanjutan bisnis keluarga. Wawancara semi-terstruktur dipilih karena memberikan fleksibilitas kepada peneliti dalam menggali informasi yang lebih mendalam sesuai dengan kondisi di lapangan. Pertanyaan wawancara disusun berdasarkan fokus penelitian, namun peneliti tetap memberikan ruang bagi

informan untuk menjelaskan pengalaman dan pandangan mereka secara lebih luas.

Selain observasi dan wawancara, penelitian ini juga menggunakan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan data omzet usaha, foto kegiatan bisnis, media promosi digital, dokumentasi produk, serta dokumen lain yang berkaitan dengan perkembangan bisnis Shenda Florist. Data dokumentasi digunakan sebagai pendukung untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara yang diperoleh selama penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Reduksi data dilakukan dengan memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang diperoleh di lapangan agar sesuai dengan fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif dan tabel untuk mempermudah pemahaman terhadap hasil penelitian. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan hasil analisis data yang

telah melalui proses verifikasi secara terus menerus selama penelitian berlangsung.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai informan penelitian, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* untuk memastikan bahwa data penelitian memiliki tingkat kepercayaan dan objektivitas yang baik.

Dalam penelitian ini, peneliti merupakan bagian dari pengelolaan bisnis Shenda Florist sehingga peneliti memiliki kedekatan dengan objek penelitian. Oleh karena itu, untuk meminimalkan bias penelitian, peneliti melakukan triangulasi data, member check kepada informan, serta menggunakan dokumentasi sebagai data pendukung agar hasil penelitian tetap objektif dan sesuai dengan kondisi di lapangan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Shenda Florist yang merupakan bisnis keluarga di bidang floristik dan didirikan pada tahun 2021 di Kota Surabaya. Pada awal berdiri, usaha ini masih dikelola secara sederhana dengan fokus utama pada penjualan bunga potong. Sistem pemasaran yang digunakan masih terbatas pada promosi secara langsung dan media sosial sederhana, sedangkan pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual.

Seiring meningkatnya keterlibatan Generasi Z dalam pengelolaan bisnis, Shenda Florist mulai mengalami perkembangan dalam berbagai aspek usaha. Perubahan tersebut meliputi penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran digital, pemanfaatan *live streaming* dan *website*, inovasi produk dan layanan, serta sistem pengelolaan usaha yang lebih modern dan terstruktur.

Perkembangan Bisnis Shenda Florist

Perkembangan bisnis Shenda Florist berlangsung secara bertahap sejak meningkatnya keterlibatan

Generasi Z dalam pengelolaan usaha. Pada awal berdiri tahun 2021, usaha masih berfokus pada penjualan bunga potong dengan pemasaran sederhana dan pencatatan manual. Namun, seiring perkembangan waktu, usaha mulai mengalami perubahan melalui inovasi produk, pemasaran digital, dan sistem pengelolaan usaha yang lebih terstruktur.

Perkembangan bisnis yang terjadi pada Shenda Florist juga terlihat melalui peningkatan omzet usaha dari tahun ke tahun. Peningkatan omzet menunjukkan bahwa perubahan strategi bisnis, adaptasi teknologi, dan inovasi usaha memberikan dampak positif terhadap perkembangan bisnis keluarga.

Tabel 1 Perkembangan Omzet Shenda Florist

Tahun	Omzet
2021	Rp22.966.000
2022	Rp134.663.000
2023	Rp159.544.000
2024	Rp250.352.000
2025	Rp352.832.000

Sumber: Data internal Shenda Florist (2026)

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa omzet Shenda Florist mengalami peningkatan secara bertahap setiap tahun. Pada tahun 2021 omzet usaha masih berada pada angka Rp22.966.000 karena usaha masih berada pada tahap awal

pengembangan. Namun, setelah meningkatnya keterlibatan Generasi Z dalam pengelolaan usaha, omzet mengalami peningkatan signifikan hingga mencapai Rp352.832.000 pada tahun 2025. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa adaptasi teknologi dan inovasi bisnis diduga memberikan kontribusi terhadap perkembangan usaha.

Selain peningkatan omzet, perkembangan bisnis juga terlihat dari perubahan pola pengelolaan usaha. Sistem pencatatan keuangan mulai dibuat lebih terstruktur, pemasaran mulai memanfaatkan media sosial secara aktif, serta produk yang dijual menjadi lebih bervariasi sesuai kebutuhan pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori perkembangan bisnis keluarga yang menjelaskan bahwa keterlibatan generasi penerus dapat menjadi faktor penting dalam mendukung pertumbuhan usaha melalui ide baru, adaptasi teknologi, dan inovasi bisnis. Pahnke et al. (2024) menjelaskan bahwa generasi penerus memiliki peran penting dalam membantu bisnis keluarga menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan meningkatkan keberlanjutan usaha. Dalam konteks

Shenda Florist, Generasi Z berperan sebagai agen perubahan yang membantu usaha berkembang lebih modern dan adaptif terhadap perkembangan pasar.

Transisi Generasi dalam Bisnis Keluarga

Transisi generasi dalam bisnis keluarga Shenda Florist berlangsung secara bertahap sejak meningkatnya keterlibatan Generasi Z dalam pengelolaan usaha. Pada awalnya, Generasi Z hanya membantu pada bagian pemasaran dan pengembangan ide produk. Namun seiring berjalannya waktu, keterlibatan tersebut berkembang menjadi lebih aktif dalam pengelolaan media sosial, pemasaran digital, dan inovasi produk.

Perbedaan karakteristik antara Generasi Milenial dan Generasi Z juga memengaruhi pola pengelolaan usaha. Generasi Milenial cenderung lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman, sedangkan Generasi Z lebih cepat beradaptasi terhadap perubahan dan perkembangan teknologi. Meskipun demikian, proses pengambilan keputusan dalam bisnis tetap

dilakukan melalui diskusi bersama sehingga tercipta kolaborasi antar generasi dalam pengelolaan usaha.

Peran Generasi Z dalam Adaptasi Teknologi

Generasi Z memiliki peran penting dalam proses adaptasi teknologi pada bisnis Shenda Florist. Adaptasi teknologi dilakukan melalui penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai sarana pemasaran digital. Selain itu, bisnis juga mulai menggunakan *live streaming*, *website*, dan sistem pencatatan digital untuk mendukung operasional usaha.

Pemanfaatan media sosial memberikan dampak terhadap perluasan pasar dan peningkatan interaksi dengan pelanggan. Konten promosi yang dibuat melalui Instagram dan TikTok mampu meningkatkan daya tarik konsumen karena lebih mengikuti tren digital yang berkembang di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda.

Selain media sosial, penggunaan *live streaming* juga membantu meningkatkan penjualan karena pelanggan dapat melihat produk secara langsung sebelum

melakukan pembelian. *Website* yang mulai digunakan turut mempermudah pelanggan dalam memperoleh informasi produk dan melakukan pemesanan.

Selain digunakan sebagai katalog produk, *website* juga dimanfaatkan sebagai sistem pencatatan digital yang membantu pengelolaan transaksi penjualan dan data bahan baku secara lebih terstruktur dibandingkan sistem manual sebelumnya. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa adaptasi teknologi tidak hanya berfokus pada pemasaran digital, tetapi juga mendukung efektivitas operasional bisnis.

Temuan penelitian ini sejalan dengan karakteristik Generasi Z yang dikenal lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Generasi Z cenderung memiliki kemampuan dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi, promosi, dan pengembangan bisnis sehingga mampu membantu usaha keluarga menghadapi persaingan di era digital.

Temuan penelitian ini sejalan dengan Rahmasari (2023) yang menyatakan bahwa adaptasi teknologi dapat meningkatkan efektivitas

pemasaran, memperluas pasar, serta membantu usaha meningkatkan daya saing bisnis di era digital.

Peran Generasi Z dalam Inovasi Bisnis

Keterlibatan Generasi Z dalam Shenda Florist juga terlihat melalui berbagai inovasi produk dan layanan yang dikembangkan. Produk yang sebelumnya hanya berupa bunga potong berkembang menjadi *bouquet* modern, *flower box*, *flower basket*, serta *custom bouquet* sesuai permintaan pelanggan.

Selain inovasi produk, terdapat pula pengembangan layanan seperti *flower class* dan *workshop* yang bertujuan meningkatkan branding bisnis sekaligus memberikan pengalaman baru bagi pelanggan. Inovasi tersebut membantu Shenda Florist memiliki nilai tambah dibandingkan usaha florist lainnya.

Inovasi yang dilakukan tidak hanya meningkatkan variasi produk, tetapi juga memperkuat identitas bisnis dan daya tarik pelanggan. Produk yang lebih modern dan mengikuti tren pasar membuat bisnis mampu menjangkau konsumen yang lebih luas, khususnya kalangan anak muda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kemampuan dalam memahami tren pasar dan preferensi konsumen saat ini. Kemampuan tersebut menjadi salah satu faktor yang mendukung perkembangan bisnis keluarga secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh Maryati (2023) yang menjelaskan bahwa inovasi bisnis menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlanjutan usaha dan meningkatkan daya tarik konsumen.

Dampak Terhadap Pelanggan

Perubahan dalam pengelolaan bisnis juga memberikan dampak terhadap pelanggan. Pelanggan merasakan peningkatan kualitas pelayanan, kemudahan dalam melakukan pemesanan melalui platform digital, serta variasi produk yang lebih beragam. Selain itu, penggunaan media sosial dan *website* dinilai mempermudah pelanggan dalam memperoleh informasi produk dan melakukan pemesanan secara lebih praktis.

Keberlanjutan Bisnis

Keberlanjutan bisnis Shenda Florist didukung oleh kolaborasi antara Generasi Milenial dan Generasi Z dalam pengelolaan usaha. Generasi Milenial berperan dalam pengalaman usaha dan pengambilan keputusan strategis, sedangkan Generasi Z berperan dalam pengembangan teknologi dan inovasi bisnis.

Kolaborasi antar generasi tersebut menghasilkan perubahan positif terhadap sistem pengelolaan usaha, loyalitas pelanggan, penguatan *branding* bisnis, serta peningkatan omzet usaha secara bertahap. Hubungan kerja sama antar generasi menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis keluarga.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis keluarga tidak hanya dipengaruhi oleh pengalaman generasi sebelumnya, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan generasi penerus dalam menyesuaikan diri terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar. Dengan adanya kolaborasi yang baik antar generasi, bisnis keluarga dapat tetap

berkembang dan bertahan di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kolaborasi antar generasi menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis keluarga. Hal ini sejalan dengan Udomkit et al. (2023) yang menyatakan bahwa keberhasilan bisnis keluarga dipengaruhi oleh kemampuan generasi penerus dalam beradaptasi terhadap perubahan pasar dan teknologi

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perkembangan bisnis keluarga Shenda Florist berlangsung secara bertahap sejak meningkatnya keterlibatan Generasi Z dalam pengelolaan usaha. Pada awal berdiri tahun 2021, usaha masih berfokus pada penjualan bunga potong dengan sistem pemasaran sederhana dan pencatatan manual. Seiring berjalannya waktu, bisnis mengalami perkembangan melalui perubahan pola pemasaran, inovasi produk dan layanan, serta sistem pengelolaan usaha yang lebih modern dan terstruktur.

Perkembangan bisnis terlihat melalui adaptasi teknologi yang dilakukan dalam pengelolaan usaha, seperti penggunaan media sosial Instagram dan TikTok, *live streaming*, *website*, serta sistem pencatatan digital. Pemanfaatan teknologi tersebut membantu memperluas pasar, meningkatkan efektivitas promosi, mempermudah komunikasi dengan pelanggan, serta mendukung pengelolaan usaha yang lebih efisien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki peran penting dalam proses transformasi digital bisnis keluarga karena karakteristiknya yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Selain adaptasi teknologi, keterlibatan Generasi Z juga terlihat melalui inovasi produk dan layanan. Produk yang sebelumnya hanya berupa bunga potong berkembang menjadi *bouquet* modern, *flower box*, *flower basket*, serta *custom bouquet* sesuai kebutuhan pelanggan. Selain itu, usaha juga mengembangkan layanan seperti *flower class*, *workshop*, dan *open booth* sebagai bagian dari strategi branding bisnis. Inovasi tersebut memberikan nilai tambah terhadap bisnis dan

membantu meningkatkan daya tarik pelanggan.

Perkembangan bisnis Shenda Florist juga ditunjukkan melalui peningkatan omzet usaha secara bertahap dari tahun ke tahun. Peningkatan omzet menunjukkan bahwa perubahan strategi bisnis, adaptasi teknologi, dan inovasi usaha memberikan dampak positif terhadap perkembangan bisnis keluarga. Selain itu, kolaborasi antara Generasi Milenial dan Generasi Z menciptakan pola pengelolaan usaha yang lebih adaptif terhadap perkembangan pasar dan kebutuhan konsumen.

Selain itu, proses transisi generasi yang berlangsung secara kolaboratif menunjukkan bahwa kombinasi pengalaman Generasi Milenial dan inovasi Generasi Z menjadi faktor penting dalam mendukung perkembangan dan keberlanjutan bisnis keluarga di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus. *Sukabumi: Jejak*.
- Fitriani, F. W., Putri, P. L., & Selvia, P. N. (2025). Analisis Bisnis Keluarga dalam Menyiapkan Generasi Penerus Inovatif pada Era Disrupsi: Literatur Review. *YUME: Journal of Management*.
- Hidayat, M. (2025). Peran Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Teknologi dalam Meningkatkan Kinerja Usaha melalui Adaptasi Teknologi. *Economics and Digital Business Review*.
- Maryati. (2023). Inovasi Bisnis dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Mawabagja, R., et al. (2025). Karakteristik Generasi Z dalam Transformasi Digital Bisnis. *Jurnal Kewirausahaan Indonesia*.
- Pahnke, A., et al. (2024). Family Business Succession and Generational Transition. *Journal of Family Business Management*.
- Prayogo, G. A., Kodrat, D. S., & Wiryakusuma, I. G. B. Y. (2019). Faktor-Faktor yang Membentuk Bisnis Keluarga Bertumbuh Secara Berkelanjutan. *PERFORMA*
- Rahmasari, D. (2023). Adaptasi Teknologi dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*.
- Rolando, B. (2025). Hubungan Sustainable Education Founder Startup dengan Ketahanan Bisnis. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*.
- Sabil Husein. (2019). Bisnis Keluarga dan Keberlanjutan Usaha. *Jakarta: Prenadamedia*.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. *Bandung: Alfabeta*.
- Udomkit, N., et al. (2023). Generational Dynamics in Family Business Sustainability. *Family Business Review*.