

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui hasil analisis aspek internal perusahaan pada *small family business*, (2) mengetahui hasil analisis aspek internal perusahaan pada *small non-family business*, dan (3) mengetahui hasil perbandingan *small family* dengan *non-family business* ditinjau dari aspek internal perusahaan yang terdiri dari sumber daya manusia, *financial*, operasional dan pemasaran.

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Metode penelitian ini digunakan untuk meneliti obyek alamiah yang bertujuan untuk memahami, memberi gambaran dan mendeskripsikan secara jelas obyek yang diteliti. Ada 3 teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi obyek yang diteliti, wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pihak-pihak yang mengetahui dan memahami secara detail obyek yang diteliti serta dengan studi dokumentasi dengan melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang berhubungan dengan obyek penelitian.

Yang menjadi obyek penelitian adalah *small family business* dan *small non-family business* yang bergerak di bidang bisnis *fashion*. Untuk *small family business* penelitian dilakukan pada PT. Caladi Lima Sembilan dan *small non-family business* penelitian dilakukan pada Airplane System. Lokasi penelitian berada di kota Bandung, Jawa Barat. Ada 3 pertimbangan yang digunakan untuk menentukan obyek penelitian, yaitu umur perusahaan, jumlah produksi dan are pemasaran dari masing-masing perusahaan.

Hasil dari penelitian ini adalah : (1) pada *small family business* seleksi karyawan dilakukan secara internal, program pelatihan minimal 1 kali dalam setahun, terdapat anggota keluarga dalam struktural perusahaan, modal 100% berasal dari anggota keluarga, alokasi modal terbesar pada produk, menggunakan sarana perusahaan dan bekerjasama dengan pihak ketiga dalam mendistribusikan produk, target perusahaan adalah anak muda, selain itu perusahaan menggunakan media *offline* dan *online* sebagai media promosi serta memposisikan perusahaan sebagai perusahaan apparel lokal dengan kualitas internasional, (2) seleksi karyawan pada *small non-family business* dilakukan secara terbuka, tidak ada pelatihan rutin, tidak ada anggota keluarga dalam struktural perusahaan, modal berasal dari berbagai pihak, alokasi terbesar pada produk, bekerjasama dengan pihak ketiga untuk mendistribusikan produk, target pasarnya adalah anak muda serta menggunakan media *offline* dan *online* untuk mempromosikan produk, dan (3) terjadi perbedaan antara *small family* dengan *non-family business* dalam aspek sumber daya manusia yaitu dalam proses seleksi karyawan, pelatihan dan komposisi anggota keluarga, terdapat perbedaan dalam aspek *financial* yaitu pada sumber modal dan tidak ada perbedaan dalam aspek operasional serta terdapat perbedaan dalam aspek pemasaran yaitu pada *positioning* perusahaan.

Kata kunci : *small business, family business, non-family business, fashion, faktor internal perusahaan*