

## BAB VIII

### DAYA TARIK BISNIS KELUARGA BAGI ANAK PEREMPUAN

#### 8.1 Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis membuat suatu persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Para pebisnis baru yang banyak bermunculan menjadikan suasana persaingan bisnis menjadi semakin terasa dan membuat konsumen memiliki lebih banyak pilihan. Dalam sebuah bisnis dibutuhkan seorang pemimpin yang bukan hanya memimpin namun juga harus mampu menggerakkan roda bisnis dengan alur yang tepat. Dalam bisnis keluarga pemimpin yang dominan diduduki oleh para pemilik yang dengan aktif mengelola bisnisnya. Bisnis keluarga merupakan bisnis yang unik karena orang yang menjalankan bisnis keluarga adalah orang yang memiliki hubungan darah, selain itu bisnis keluarga membutuhkan tingkat profesionalitas yang tinggi dimana harus mampu membedakan urusan bisnis dengan urusan keluarga.

Perusahaan keluarga riskan untuk terjadinya konflik. Dengan adanya banyak perbedaan pendapat dapat memicu terjadinya konflik. Dalam perusahaan keluarga hubungan antar karyawan dan dengan pimpinan merupakan hal yang penting. Menurut Susanto (2005) loyalitas karyawan bukan merupakan kewajiban melainkan merupakan sebuah komitmen bagi perusahaan. Ketika karyawan loyal terhadap bisnis keluarga, loyalitas karyawan tersebut bukan hanya merupakan sebuah bentuk mentaati kewajiban sebagai karyawan namun dengan adanya loyalitas tersebut merupakan bentuk dari komitmen karyawan untuk memajukan perusahaan dan mencapai tujuan perusahaan bersama-sama.

Ketika kita melihat secara langsung bagaimana perusahaan keluarga berkomitmen dan berhubungan dengan para karyawan, kita dapat melihat bahwa kedekatan anggota keluarga atau pemilik dengan para karyawannya terlihat begitu jelas. Adanya kepedulian akan nilai-nilai keterbukaan dan kemampuan yang dimiliki organisasi akan berpengaruh pada kehidupan jangka panjang dan pertumbuhan organisasi (Erdem & Baser, 2010). Seakan tidak ada sekat antara pemilik dengan karyawan. Hal ini dapat terjadi karena dilandasi oleh komunikasi yang baik. Dalam bisnis keluarga, selain membangun komunikasi yang baik dengan para karyawan, pemilik bisnis keluarga juga perlu untuk membangun komunikasi yang baik dengan calon penerusnya dimasa yang akan datang.

Dengan menjalin komunikasi yang baik dengan penerus yang akan datang akan memberikan pengetahuan terkait bisnis keluarga kepada penerus yang akan datang. Selain itu dengan memberikan pengetahuan yang cukup merupakan salah satu proses perencanaan suksesi di dalam perusahaan keluarga. Dengan begitu dapat dilihat apakah ia merupakan calon yang tepat dan memiliki ketertarikan untuk mengelola bisnis keluarga.

## **8.2 Suksesi Bagi Anak Perempuan**

Suksesi dalam bisnis keluarga merupakan hal yang penting. Dalam bisnis keluarga suksesi tersebut harus sudah direncanakan sejak dini agar ketika harus alih generasi segalanya sudah siap dan perusahaan tetap dapat berjalan dengan normal walaupun pergantian kepemimpinan. Dalam penelitian terdapat empat narasumber yang merupakan pemilik bisnis keluarga, baik yang sudah merupakan generasi ke 4 ataupun generasi ke 1 yang membangun bisnis keluarga. Dalam penelitian ini tiga narasumber memiliki pemikiran yang sama dan satu narasumber memiliki pemikiran yang berbeda terkait suksesi.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa tiga narasumber yang merupakan seorang ayah yang memiliki anak perempuan yang sedang melakukan studi S1 belum memiliki

perencanaan suksesi bagi bisnisnya. Dalam hal ini Ayah ingin anak perempuannya untuk fokus dalam studi dan setelah lulus nanti diharapkan dapat bekerja dan menerapkan ilmunya dalam pekerjaannya dan dalam dua kasus ditemukan bahwa ayah memiliki kekhawatiran apabila anak perempuan tidak menyukai jenis bisnis yang selama ini digelutinya. Menurut Susanto (2003), perencanaan suksesi merupakan suatu yang pelik dan membuat pendiri enggan untuk melakukannya, alasan lain tidak diperisapkannya suksesi adalah pendiri merasa generasi muda tidak tertarik untuk berpartisipasi di perusahaan, atau sulit menemukan anak mana yang berkompentensi dalam bisnisnya. Sehingga hal ini lah yang membuat keengganan pemilik bisnis keluarga untuk merencanakan suksesi.

Dalam perusahaan keluarga, cenderung memilih anak laki-laki untuk menjadi penerus binsis di bandingkan anak perempuan. Dalam penelitian ini di temukan bahwa ketiga pemilik bisnis keluarga yang memiliki anak perempuan merasa bahwa tidak ada perbedaan antara anak perempuan ataupun anak laki-laki. Namun bagi Suyoto yang memiliki usaha di bidang Furniture merasa bahwa anak laki-laki di rasa lebih tepat apabila meneruskan bisnisnya karena di rasa anak laki-laki lebih fleksibel di bandingkan anak perempuan. Penelitian yang di lakukan oleh Sonfield & Lussier (2012) menjelaskan bahwa pada penelitian sebelumnya di temukan manajer wanita lebih berhati-hati, kurang percaya diri, kurang agresif, lebih mudah membujuk, dan memiliki kepemimpinan yang lebih rendah dan kemampuan memecahkan masalah daripada laki-laki, namun dalam penelitian-penelitian terbaru ditemukan bahwa kini sudah banyak adanya persamaan gender. Dalam penelitian kali ini ditemukan bahwa pemilik bisnis keluarga tidak menekankan pada perbedaan gender walaupun masih adanya anggapan bahwa laki-laki di rasa lebih mampu di bandingkan perempuan.

### **8.3 Transfer Nilai dan Transfer Pengetahuan Bagi Anak Perempuan**

Setiap perusahaan tentunya memiliki nilai-nilai yang dianut sebagai pedoman dalam menjalankan bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan. Ada berbagai macam nilai yang diterapkan dalam bisnis. Dalam penelitian ini ke empat pemilik bisnis tidak menjelaskan secara khusus terkait nilai perusahaan kepada anak perempuannya. Namun anak-anak perempuannya dapat mengetahui nilai tersebut dengan mereka melihatnya sendiri. Menurut Lambrecht (2005) dalam Glover (2014), anak-anak belajar tentang nilai, budaya bisnis mereka dengan mengamati bagaimana keluarga saling berhubungan dan masalah yang berkembang dari waktu ke waktu.

Dalam penelitian ini lokasi keempat bisnis keluarga berada satu lokasi dengan kediaman pemilik. Sehingga anak baik diminta atau tidak diminta pastinya akan melihat bagaimana bisnis ini berjalan. Dengan ini anak perempuan juga dengan mudah berkomunikasi dengan para karyawan. Tanpa disadari dengan melihat bagaimana rutinitas bisnis berjalan, para anak perempuan mulai paham nilai apa saja yang diterapkan ayah di dalam bisnisnya. Mereka dapat memahami bagaimana ayah menginginkan kejujuran, kedisiplinan, tanggung jawab, kerjasama, dan kekeluargaan dapat menjadi landasan bagi bisnisnya. Maka dalam penelitian ini ditemukan bahwa transfer nilai yang terjadi dalam empat bisnis keluarga ini tidak terjadi secara kaku namun terjadi karena sengaja atau tidak sengaja anak memperhatikan rutinitas bisnis keluarga yang membuat mereka paham akan nilai yang dianut dalam bisnis keluarga mereka.

Selain transfer nilai, transfer pengetahuan juga merupakan hal yang penting dalam bisnis keluarga. Ketika pemilik bisnis keluarga akan melakukan suksesi maka penting untuk melakukan transfer nilai kepada calon generasi berikutnya. Dalam penelitian ini ketiga pemilik bisnis keluarga melakukan transfer pengetahuan kepada anak perempuannya dimulai dari hal-hal sederhana dengan cara menjelaskan kepada anak perempuan seperti bagaimana cara memasarkan produk, harga produk, dan administrasi. Transfer pengetahuan secara lisan

juga dilakukan dengan cara mendiskusikan kerja yang dilakukan oleh penerus, sehingga dapat dikatakan bahwa pendahulunya menjadi rekan diskusi dan pengganti konsultan (Shobirin & Ulfa, 2015). Waktu melakukan transfer pengetahuan juga merupakan hal yang penting.

Seperti pemilik bisnis batu nisan Sadjid Siswodiharjo dan pemilik bisnis Kerja Sama (KS), melakukan transfer pengetahuan kepada anak perempuannya ketika mereka sudah dewasa karena dirasa sudah mampu memahami apa yang dimaksudkan. Berbeda halnya dengan pemilik bisnis Sumanto Farm yang sudah melakukan transfer pengetahuan sejak anak perempuannya masih kecil dengan cara melibatkan anak perempuannya dalam bisnis dan dibiasakan untuk bekerja. Namun pemilik bisnis Andani Furniture and craft sama sekali tidak melakukan transfer pengetahuan kepada anak perempuannya, karena Suyoto merasa bahwa anak perempuannya tidak tertarik terhadap bisnisnya. Menentukan waktu yang tepat untuk mengenalkan bisnis keluarga terhadap anak perempuan menjadi pertimbangan bagi setiap ayah selaku pemilik bisnis keluarga, setiap waktu yang dipilih memiliki alasannya masing-masing.

#### **8.4 Minat Anak Perempuan yang Sedang Menjalankan Studi Strata-1 Terhadap Bisnis Keluarga**

Salah satu yang membedakan dan menjadikan bisnis keluarga unik adalah adanya suksesi. Penting untuk seorang ayah mengenalkan bisnisnya kepada anaknya. Dalam penelitian kali ini terdapat empat narasumber yang merupakan anak perempuan yang sedang melakukan studi S1. Anak perempuan yang dikenalkan bisnis orangtuanya secara langsung, yaitu dengan dilibatkan dalam bisnisnya cenderung lebih memiliki minat untuk meneruskan bisnis orangtuanya dibandingkan anak perempuan yang mengenal bisnis keluarganya namun hanya sekedar mengetahui atau belajar dasarnya saja, serta belum ada rasa memiliki dan perlu

untuk bergabung secepatnya dalam bisnis keluarga. Selain itu satu anak perempuan yang sama sekali tidak pernah diberi pengetahuan terkait bisnis keluarganya dan tidak pernah mencoba untuk membantu bisnis keluarga, cenderung sama sekali tidak ada minat untuk masuk atau meneruskan bisnis orangtuanya.

Sehingga dapat dilihat bahwa ketika anak terbiasa diikuti sertakan dalam bisnis, akan mempengaruhi minat anak untuk masuk ke dalam bisnis keluarga itu sendiri. Walaupun setiap anak memiliki cita-cita dan harapannya masing-masing terkait dimana pada nantinya ia bekerja, dengan sudah mengerti bagaimana bisnis itu berjalan, akan meningkatkan kepedulian anak terhadap bisnis keluarga. dengan adanya perencanaan suksesi akan lebih mengarahkan pemilik bisnis untuk dapat menuntun dan mengarahkan generasi selanjutnya agar lebih jelas. Namun dengan tidak adanya perencanaan suksesi yang jelas maka kepeahaman generasi selanjutnya terkait bisnis keluarga juga akan berkurang yang akan berdampak pada kesiapan dan minat generasi selanjutnya terhadap bisnis keluarga. Sebuah studi dari 59 perusahaan keluarga yang dilakukan oleh Rosenblatt et al. (1985) dalam Maciel dkk (2015) menemukan bahwa terdapat beberapa perlawanan dari pendiri untuk merencanakan proses suksesi, oleh karena itu generasi selanjutnya kehilangan motivasi untuk melanjutkan bisnis. Walaupun terdapat narasumber yang menyatakan memiliki minat terhadap bisnis keluarganya namun dalam penelitian ini ditemukan bahwa anak perempuan tetap pada keinginannya yaitu ingin bekerja sesuai dengan bidang yang mereka pelajari semasa kuliah.

Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa daya tarik bisnis keluarga bagi anak perempuan di engaruhi oleh cita-cita, jenis bisnis keluarga, dan pengaruh orang tua dalam melibatkan anak perempuan dalam bisnis keluarga. Anak perempuan cenderung lebih berminat untuk bekerja sesuai dengan bidang yang dipelajari di bangku perkuliahan. Anak perempuan berkeinginan bekerja sesuai dengan bidang studi selama menjalani Strata-1 dibandingkan menjadi penerus bisnis keluarga. Menurut penelitian yang dilakukan oleh

Humphreys (2013), penerus perempuan yang menyelesaikan sekolah hingga sarjana memutuskan pergi dari keluarga untuk bekerja dan menetap di tempat lain. Hal ini memiliki kesamaan dengan keempat narasumber anak perempuan yang sedang menjalankan Strata-1 bercita-cita setelah lulus Strata-1 dapat bekerja kantoran dibandingkan mengelola bisnis keluarga. Hal ini juga di pengaruhi oleh jenis bisnis keluarga yang bersifat organisasi non-formal sedangkan anak perempuan yang sedang menjalankan Studi Strata-1 cenderung menginginkan untuk bekerja dalam organisasi formal sesuai dengan bidang ilmu pengetahuan yang selama ini di pelajari di bangku perkuliahan.

Dengan minimnya minat yang dimiliki oleh anak perempuan, dan minimnya pengaruh orang tua untuk menggerakkan anaknya masuk lebih dalam ke bisnis keluarga serta informasi yang diberikan terbatas, hal ini akan mempengaruhi daya tarik bisnis keluarga bagi anak perempuan. Sehingga daya tarik bisnis keluarga bagi anak perempuan dapat di pengaruhi oleh dua faktor. Yaitu faktor internal yang merupakan faktor yang ada dalam diri anak perempuan seperti cita-cita, da faktor eksternal yang merupakan faktor yang berasal dari luar seperti jenis bisnis keluarga dan pengaruh orang tua dalam mengenalkan bisnis keluarga kepada anak perempuan.