

MINAT MAHASISWA TIONGHOA ANGKATAN 2017 UNIVERSITAS KRISTEN PETRA TERHADAP MENERUSKAN BISNIS KELUARGA

彼得拉基督教大学 2017 届华裔学生对继承家族企业的兴趣

Jessica Cahyadi

Program Studi Bahasa Mandarin Universitas Kristen Petra

Email: a12170009@john.petra.ac.id

ABSTRAK

Orang Tionghoa sering dikaitkan dengan bisnis keluarga, namun banyak bisnis keluarga yang tidak memiliki perencanaan suksesi yang matang dan akhirnya terancam tutup karena tidak mampu meneruskan ke generasi selanjutnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana minat mahasiswa Tionghoa Universitas Kristen Petra Angkatan 2017 terhadap meneruskan bisnis keluarga berdasarkan teori fase perkembangan minat. Data penelitian diperoleh dari hasil wawancara dengan metode kualitatif. Hasil analisis menunjukkan pada minat situasional mahasiswa adanya kesamaan antara jurusan yang mereka pelajari dengan bisnis yang dijalankan tidak menentukan mereka untuk mau atau tidaknya mewarisi bisnis keluarga. Adanya prospek bisnis yang bagus dalam jangka panjang juga relasi yang sudah dibangun orang tua dapat memicu minat mahasiswa untuk mewarisi bisnis keluarga. Perlu dorongan untuk mempertahankan minat mahasiswa, karena jika tidak mahasiswa bisa berubah menjadi tidak berminat. Sedangkan pada minat individual, memiliki pengalaman dan pengetahuan yang berhubungan dengan bisnis keluarga secara perlahan dapat menumbuhkan dan mengembangkan minat mahasiswa untuk mau meneruskan bisnis keluarga.

Kata kunci: minat, bisnis keluarga, etnis Tionghoa

摘要

华人通常与家族企业有联系，但是，许多家族企业没有周密的继任计划，最终由于无法把家族企业传承给下一代而面临关闭的威胁。本研究旨在基于兴趣发展阶段理论来分析 2017 届彼得拉基督教大学华裔学生对继承家族企业的兴趣。研究数据是通过定性方法从访谈结果中获得的。分析结果表明，在情境兴趣中，学生所学专业与所经营的业务之间的相似性并不能决定他们是否想要继承家族企业。从长远来看，良好商业前景的存在以及父母之间建立的关系可以激发学生对继承家族企业的兴趣。要保持学生的兴趣就需要付出鼓励，否则学生会变得毫无兴趣。出于个人兴趣，拥有与家族企业有关的经验和知识可以慢慢培养和发展成学生对继续家族企业的兴趣。

关键词: 兴趣，华人，家族企业

PENDAHULUAN

Bisnis keluarga merupakan bisnis yang memiliki posisi dan peran penting dalam perekonomian negara. Menurut hasil survey dari perusahaan audit asal Amerika Serikat yaitu Price Waterhouse Cooper (PwC) 2014 menyatakan bahwa lebih dari 95% perusahaan di Indonesia merupakan bisnis keluarga. Terdapat sekitar 0,2 persen dari total populasi yang menjalankan bisnis keluarga dengan total kekayaan mereka mencapai Rp 134 triliun atau menguasai sekitar 25% Produk Domestik Bruto (PDB).

Di Indonesia, orang Tionghoa sering dikaitkan dengan bisnis, khususnya bisnis keluarga. Munculnya stereotip yang mengatakan Etnis Tionghoa mendominasi ekonomi di Indonesia (Hoon, 2012) dipengaruhi sejak masa pemerintahan Belanda, dimana adanya kebijakan kolonial yang membuat penduduk Indonesia terbagi dalam tiga kelompok, yaitu orang Barat berada di paling atas, orang Timur Asing (terutama Tionghoa) di tingkat menengah, dan orang Pribumi di paling bawah (Coppel, 2002). Ditambah lagi, adanya pembatasan ruang gerak etnis Tionghoa pada masa pemerintahan Presiden Soeharto, menyebabkan kegiatan perdagangan dan bisnis menjadi satu-satunya pilihan untuk bertahan hidup. Namun walaupun pada pasca era reformasi kehidupan etnis Tionghoa sudah lebih terbuka, beberapa informan pribumi dalam wawancara yang dilakukan Hoon (2012) mengatakan bahwa stereotip positif terkait etos kerja dan dominasi ekonomi etnis Tionghoa yang tinggi masih cukup kuat.

Berdasarkan hasil penelitian *The Family Firm Institute* menyatakan bahwa hanya 30% bisnis keluarga yang berhasil sampai pada generasi ke dua, 12% yang mampu sampai ke generasi ke tiga, dan 3% yang dapat bertahan sampai generasi ke empat (dalam Hall, 2008). Bahkan adanya anekdot yang mengatakan, bahwa “generasi pertama membangun, generasi kedua menikmati, dan generasi ketiga menghancurkan” membuat bisnis keluarga di Indonesia perlu lebih memperhatikan kesiapan generasi penerusnya. Menurut Handler (1994), masalah yang paling sering dihadapi oleh bisnis keluarga adalah krisis suksesi. Banyak bisnis keluarga yang tidak memiliki perencanaan suksesi yang matang dan akhirnya terancam tutup. Tidak jarang permasalahan juga terjadi karena anak enggan menjadi penerus bisnis keluarga (Kurniawan, May 27, 2019), mereka merasa tidak mampu mengemban tugas keluarga yang begitu besar, figur ayah atau ibu sebagai pimpinan perusahaan yang begitu *expert* dan terhormat serta kompleksitas permasalahan bisnis yang semakin kuat terkadang membuat anak merasa *inferior* dan tidak mampu untuk melanjutkan bisnis tersebut. Hal ini yang menjadi tantangan bagi bisnis keluarga untuk mempertahankan usahanya.

Hingga saat ini bisnis Tionghoa merupakan salah satu usaha yang belum banyak diteliti secara mendalam, belum banyak bukti-bukti empiris yang mengungkap tentang bagaimana bisnis keluarga Tionghoa saat ini. Koning (2007) mengatakan bahwa kebanyakan dari penelitian yang sudah ada, tertuju pada karakteristik bisnis Tionghoa konglomerat yang dikaitkan dengan masa pemerintahan Orde Baru. Ada juga penelitian Karsono dan Suprpto (2014) yang membahas penentuan suksesi berdasarkan konsep Konfusianisme dan kedudukan anak laki-laki dalam keluarga Tionghoa. Terlepas dari itu, tidak banyak yang dapat

diketahui bagaimana minat anak itu sendiri terhadap bisnis keluarga. Oleh karena itu, masih perlu penelitian empiris yang lebih spesifik tentang bagaimana bisnis keluarga Tionghoa di Indonesia setelah masa reformasi dan bagaimana minat anak untuk meneruskan bisnis keluarga.

Sebagai salah satu universitas yang mayoritas mahasiswanya etnis Tionghoa, maka penulis memilih Universitas Kristen Petra sebagai tempat penelitian dan mahasiswa Angkatan 2017 sebagai partisipan karena mereka mahasiswa tahun keempat yang akan lulus dan segera memasuki dunia kerja. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti bagaimana minat mahasiswa UKP 2017 terhadap meneruskan bisnis keluarga.

KAJIAN PUSTAKA

Karakteristik Bisnis Keluarga

Menurut Susanto, *et al.* (2007) dalam artikel *The Jakarta Consulting Group*, ada dua jenis perusahaan keluarga, yaitu, (1) *Family Owned Enterprise* (FOE) merupakan perusahaan yang dimiliki oleh keluarga tetapi dikelola oleh manajemen profesional yang berasal dari luar lingkaran anggota keluarga, sehingga keluarga hanya berperan sebagai pemilik dimana anggota keluarga dapat mengoptimalkan fungsinya sebagai pengawas, namun tidak terlibat dalam pengoperasian. (2) *Family Business Enterprise* (FBE) merupakan perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh anggota keluarga pendirinya. Jadi baik pemilik maupun pengelola dipegang oleh pihak yang sama, yaitu anggota keluarga.

Sedangkan ciri yang paling khas dari bisnis keluarga Tionghoa adalah cara manajemen bisnis mereka. Berikut adalah karakteristik utama yang ditunjukkan bisnis keluarga Tionghoa:

1. *Authoritarianism*
Bisnis yang dilakukan lebih berorientasi kepada pemimpin (*people-oriented management*), sehingga dalam pengambilan keputusan biasanya cenderung bersifat fleksibel dan tidak terpacu pada regulasi. Dalam hal ini peran pemimpin lebih menekankan pada rasa hormat dan loyalitas individu (Yen, 2014).
2. Kepemilikan bersama
Walaupun memiliki figur ayah yang kuat, namun kekuasaan berasal dari kepemilikan dalam keluarga dan bukan individu. Keluarga mempunyai tujuan yang sama yaitu memajukan kesejahteraan bersama (Yu, 2001).
3. Paternalisme
Kekuasaan yang bersifat vertikal merupakan bentuk tanggung jawab paternalis terhadap kesejahteraan keturunannya, sehingga loyalitas dan ketekunan yang terbentuk dapat bersifat timbal balik (Redding, 1994).
4. Jaringan bisnis
Dalam membangun suatu bisnis, Etnis Tionghoa sangat mengutamakan relasi (*guanxi*). Bagi mereka jaringan hubungan sosial dan bisnis sangat bernilai tinggi dan biasanya didasarkan pada kepercayaan (Yeung & Tung, 1996).

5. Nepotisme

Otoritas yang terlalu berpusat pada kekuasaan pemimpin juga membatasi performa anggota, sehingga keberhasilan atau kegagalan perusahaan tergantung pada pemimpin (Yen, 2014).

Minat terhadap Bisnis Keluarga

Minat dibagi dalam dua jenis, yaitu *situational interest* dan *individual interest* (Hidi & Renninger, 2006). *Situational interest* mengacu pada perhatian dan perasaan afektif yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, yang mungkin dapat atau tidak dapat bertahan dalam waktu tertentu (Hidi, 1990). Sedangkan *individual interest* merupakan minat yang dikembangkan dari *situational interest*, mengacu pada kecenderungan seseorang yang relatif bertahan lama untuk terlibat dalam suatu hal (Renninger, 2000). Keterlibatan ini terjadi secara sukarela dan disiplin dari waktu ke waktu.

Kedua jenis minat ini digambarkan dalam fase perkembangan minat yang terdiri dari 4 fase (Hidi & Renninger, 2006), yaitu:

1. *Triggered situational*

Keadaan psikologis yang berubah dalam jangka waktu pendek karena proses kognitif dan afektif. Minat dapat dipicu oleh kondisi lingkungan sekitar, seperti paksaan orang tua, saran teman atau saudara terdekat, serta informasi yang mengejutkan, sehingga perasaan terhadap meneruskan bisnis keluarga dapat bersifat positif ataupun negatif. Dalam *triggered situational* mahasiswa bisa sadar atau tidak sadar untuk tertarik dalam bisnis keluarga, Fase ini mungkin dapat menjadi pendahulu untuk terpengaruh kembali dari waktu ke waktu sehingga berkembang ke fase perkembangan minat selanjutnya.

2. *Maintained situational*

Keadaan psikologis yang membutuhkan fokus dan perhatian dalam jangka waktu tertentu secara tetap dan berulang. Minat dilakukan melalui keterlibatan pribadi atau aktivitas yang bermakna secara terus-menerus, dapat juga dipicu oleh suatu perhatian dari luar, seperti misalnya faktor ekonomi sehingga membuat mereka tertarik karena terpikirkan kembali akan hal tersebut. Dalam fase ini, mahasiswa sudah memiliki perasaan positif untuk meneruskan bisnis keluarga. Situasi karena sering terlibat dalam bisnis keluarga sehingga memiliki pengalaman pribadi membantu mahasiswa untuk mempertahankan minat dan mengembangkan pengetahuan tentang bisnis keluarga.

3. *Emerging individual*

Keadaan psikologi dan fase awal kecenderungan yang relatif bertahan untuk mencari keterlibatan kembali dengan suatu hal secara pribadi. Mahasiswa sudah memiliki ketertarikan dan mulai berkecimpung untuk meneruskan bisnis keluarga. Mahasiswa menghargai kesempatan yang diberikan untuk meneruskan bisnis keluarganya, mereka juga sudah memiliki bekal pengetahuan tentang bagaimana menjalankan bisnis keluarga. Dalam fase ini, butuh dukungan orang lain agar mahasiswa dapat terus tekun ketika dihadapkan pada kesulitan, mereka juga masih

perlu belajar untuk mengembangkan kemampuannya dalam berbisnis keluarga.

4. *Well-developed individual*

Keadaan psikologi dan kecenderungan yang relatif bertahan untuk melibatkan kembali dengan suatu hal. Hal ini ditandai dengan memiliki pengetahuan dan nilai yang sudah berkembang dan dipraktikkan dalam proses meneruskan bisnis keluarga, serta menghasilkan lebih banyak strategi yang lebih dalam. Dalam meneruskan bisnis keluarga, mereka tidak akan mudah menyerah bahkan ketika frustrasi menghadapi permasalahan yang lebih besar. Mereka sudah memiliki pengembangan diri yang lebih baik sehingga sudah siap dan tahu bagaimana harus bertindak ketika menghadapi permasalahan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2007). Narasumber dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive*, yaitu pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Peneliti terlebih dahulu akan menyebarkan kuesioner kepada seluruh mahasiswa Universitas Kristen Petra angkatan 2017 guna memperoleh narasumber yang sesuai dengan yang dibutuhkan, kemudian narasumber dipilih sesuai dengan kriteria dari setiap fase perkembangan minat untuk meneruskan bisnis keluarga untuk diwawancara. Mahasiswa yang dipilih tentunya harus Chinese, memiliki bisnis keluarga, minat meneruskan bisnis keluarga, ragu-ragu meneruskan, atau tidak minat meneruskan bisnis keluarga. Apabila mahasiswa masih ragu-ragu maka peneliti akan menggolongkan narasumber ke dalam fase satu, yaitu mahasiswa yang minatnya masih belum yakin atau mungkin terpaksa untuk meneruskan bisnis keluarga karena pengaruh lingkungan keluarga dan social; apabila mahasiswa menjawab sudah berminat namun belum terlalu berkecimpung dalam bisnis keluarga maka narasumber tergolong dalam fase 2, yaitu mahasiswa sudah berminat untuk meneruskan bisnis keluarga karena aktivitas yang dilakukan secara berulang serta mereka berusaha untuk terus mengembangkan pengetahuan yang dimiliki; apabila mahasiswa menjawab minat dan sudah berkecimpung, maka narasumber dapat digolongkan dalam fase tiga dan empat, tergantung dari berapa lama dan seberapa dalam mereka sudah terlibat dalam bisnis keluarga. Penulis mengklasifikasikan keempat fase tersebut menurut teori fase perkembangan minat Hidi & Renninger (2006).

Penulis menggunakan Rumus Sample Slovin (Sugiyono, 2008) untuk perhitungan persebaran kuesioner, dengan maksud kuesioner yang tersebar memiliki acuan jumlah minimal sample untuk mewakili seluruh jurusan dari 1.638 mahasiswa angkatan 2017.

$$n = N / (1 + N.(e)^2)$$
$$n = 1638 / 1 + 1638.(0,1)^2$$

$$n = \text{jumlah sampel}$$
$$N = \text{jumlah total populasi}$$

n = 1638/17,38
n = 94,246 (95)

e = batas toleransi error (10%)

Dari 100 mahasiswa yang mengisi angket, terdapat 57 mahasiswa yang keluarganya menjalankan bisnis keluarga. 57 orang tersebut terdiri dari 23 orang ragu-ragu meneruskan bisnis keluarga, 21 orang berminat meneruskan, dan 13 orang tidak berminat meneruskan. Namun dari 57 mahasiswa yang memiliki bisnis keluarga, hanya 17 orang yang setuju untuk diwawancara lebih lanjut. Hingga akhirnya terdapat 15 orang yang dapat dihubungi dan bersedia untuk diwawancara menjadi narasumber, diantaranya terdiri dari 3 orang ragu-ragu, 4 orang berminat untuk meneruskan tetapi belum berkecimpung, 2 orang baru berkecimpung, 3 orang sudah cukup lama berkecimpung, dan 3 orang tidak berminat untuk meneruskan. Wawancara dilakukan melalui Google Meet, dan beberapa orang juga menerima pertanyaan tambahan melalui pesan singkat.

TEMUAN DAN ANALISIS

Penulis mengelompokkan jawaban yang diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber di setiap fase perkembangan minat dan mendapatkan tema-tema yang berhubungan dengan permasalahan dari setiap narasumber, seperti tercantum pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik fase perkembangan minat mahasiswa terhadap meneruskan bisnis keluarga

Tema	Sub tema
<i>Triggered situational</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Bidang usaha tidak sesuai dengan minatnya2. Terpicu faktor ekonomi3. Belum yakin meneruskan4. Dorongan dari luar
<i>Maintained situational</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Mempertahankan minat2. Mempunyai perasaan positif untuk meneruskan3. Berusaha mengembangkan pengetahuan4. Dorongan dari luar
<i>Emerging individual</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Menghargai peluang2. Paham bagaimana meneruskan3. Berusaha mengembangkan kemampuannya
<i>Well-developed individual</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Memiliki perencanaan jangka panjang2. Butuh dorongan ketika dalam situasi sulit3. Mempersiapkan diri menghadapi permasalahan
Tidak berminat meneruskan	<ol style="list-style-type: none">1. Tidak memiliki keinginan untuk meneruskan2. Tidak ada pengetahuan sama sekali tentang bisnis keluarga3. Tidak suka dengan bisnis yang dijalankan

Fase pertama

Dari hasil wawancara dengan tiga narasumber di fase pertama, mahasiswa cenderung tidak mau meneruskan bisnis keluarga karena bidang bisnis yang

dijalankan tidak sesuai dengan *passion*, mahasiswa lebih ingin bekerja sesuai dengan jurusan yang diambil. Walaupun demikian, mahasiswa A1 tetap mempertimbangkan untuk mewarisi bisnis keluarga, karena ia merasa jika melepaskan bisnis yang telah didirikan oleh orang tuanya, ia akan merasa bersalah. Selain itu melihat bahwa pendapatan dari toko tersebut cukup baik, sangat disayangkan jika tidak diteruskan. Sedangkan, pada mahasiswa A3, meskipun bidang bisnis keluarganya memiliki beberapa kesamaan dengan jurusan yang diambil, tetapi ia lebih ingin mencoba bekerja di bidang yang ia sukai. Orang tua juga memberikan kebebasan untuk memilih dan menentukan pekerjaan yang diinginkannya di masa depan.

Pada fase ini, penulis menemukan bahwa narasumber sebenarnya tidak terlalu tertarik untuk meneruskan bisnis keluarga, namun yang masih membuat mereka ragu-ragu dan mempertimbangkan untuk mewarisi adalah prospek bisnis yang bagus.

Fase kedua

Pada fase kedua, narasumber sudah berminat untuk meneruskan bisnis keluarga. Mereka lebih memiliki perasaan ingin menghargai dan menjaga bisnis keluarga, sehingga bisnis yang didirikan oleh orang tuanya tidak hilang. Pada mahasiswa A4, meski ia hanya ingin menjadikan bisnis keluarga sebagai pekerjaan sampingan, namun ia tetap ingin meneruskan bisnis keluarga, karena menurutnya, ia bisa mendapatkan penghasilan lebih melalui bisnis keluarganya. Sedangkan mahasiswa J2 ingin meneruskan karena merasa memiliki keuntungan dari bisnis yang didirikan oleh orang tuanya, walaupun bisnis keluarganya tidak sesuai dengan *passionnya*, tetapi ia tetap mau meneruskan bisnisnya. Ia berharap di masa depan dapat menggunakan modal dan hubungan relasi yang sudah dibangun oleh orang tua untuk meneruskan dan mengembangkan bisnis keluarga.

Dalam proses perkembangan minat meneruskan bisnis keluarga, mahasiswa di fase kedua, sebelumnya sudah melalui fase pertama, dimana minatnya tumbuh karena terpicu berbagai hal, misalnya sejak kecil lingkungan pertemanan sama-sama dengan anak pemilik toko, sehingga secara tidak langsung lingkungan sosial mempengaruhi dan menumbuhkan minat siswa untuk meneruskan usaha orang tua. Memiliki ketrampilan, pendidikan dan nilai-nilai yang berkaitan antara mahasiswa dan bisnis keluarga, seperti relasi yang terjalin (Yeung & Tung, 1996), juga dapat digunakan sebagai modal untuk mempertahankan minat mahasiswa.

Fase ketiga

Pada fase ketiga, mahasiswa sudah mulai meneruskan bisnis keluarga. Rasa tanggung jawab anak terhadap keluarga membuat mereka ingin terlibat dalam bisnis keluarga. Proses perkembangan minat terjadi sejak kecil, mahasiswa sudah sering membantu hal-hal kecil di bisnis keluarga, sehingga minatnya mulai terpicu. Ketika beranjak dewasa mahasiswa melihat potensi pada bisnis keluarganya, mereka merasa bisnisnya dapat dikembangkan sehingga membuat mereka tertarik untuk meneruskan bisnis keluarga. Bidang bisnis yang dijalankan keluarga juga hampir sama dengan jurusan yang diambil, sehingga mahasiswa dapat

menggunakan pengetahuan yang mereka peroleh untuk mengembangkan bisnis keluarga. Mereka masih dalam proses belajar dan berusaha mengembangkan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan usaha keluarga. Mahasiswa sudah mulai dapat menangani masalah kecil yang muncul dalam bisnis keluarga, namun ketika menghadapi masalah yang lebih besar, mereka masih membutuhkan bimbingan orang tua. Kendali dalam bisnis keluarga masih sangat bergantung pada orang tua.

Pada fase ini, meskipun tidak ada paksaan dari orang tua, namun ikatan kekeluargaan antara orang tua dan anak dapat mendorong perasaan mahasiswa dalam proses perkembangan minatnya (Renninger, 2000). Fakta bahwa tidak adanya paksaan dari orang tua juga sejalan dengan temuan Karsono & Suprpto (2013). Proses pewarisan bisnis keluarga Tionghoa bersifat fleksibel dan tidak kompulsif. Orang tua pelan-pelan melatih anak mereka dan dengan cara yang halus mempersiapkan mereka untuk mewarisi bisnis. Memiliki perasaan ingin menjaga bisnis yang dibangun orang tua serta adanya motivasi dari orang tua dapat membuat mahasiswa ingin bertanggung jawab mewarisi bisnis keluarga.

Fase keempat

Dibandingkan dengan fase ketiga, narasumber pada fase keempat sudah lebih lama berkecimpung dalam proses meneruskan bisnis keluarga. Pengalaman sering terlibat dan mengatasi masalah dalam bisnis keluarga mendorong mahasiswa mengembangkan kemampuannya. Mereka juga sudah memiliki rencana jangka panjang untuk meneruskan dan mengembangkan bisnisnya. Selain itu, meskipun mahasiswa tidak dipaksa untuk meneruskan bisnis keluarga, namun secara tidak langsung keluarga berperan dalam menumbuhkan minat mahasiswa. Sejak kecil, orang tua juga sudah mulai mengajarkan kepada anak-anaknya dasar-dasar berbisnis, sehingga anak sudah cukup familiar ketika meneruskan bisnis keluarga.

Pada fase keempat ini, mahasiswa harusnya sudah lebih berkembang daripada fase ketiga. Dari hasil wawancara dengan narasumber ditemukan bahwa tidak ada mahasiswa yang benar-benar memasuki fase keempat, karena mereka belum memiliki kemampuan *self-regulation* dan *self-development* yang baik. Kita dapat melihat, mahasiswa belum pernah mengalami dan mengatasi masalah yang besar, sehingga kita tidak tahu apakah mahasiswa dapat bertahan ketika menghadapi kesulitan dan masih tetap meneruskan bisnis keluarga. Penulis menduga karena narasumber masih berkuliah, sehingga mereka mungkin belum sepenuhnya mewarisi bisnis keluarga. Selain itu kecenderungan orang tua untuk mengontrol dalam bisnis keluarga khususnya pengambilan keputusan juga masih kuat.

Tidak berminat meneruskan

Selain keempat fase tersebut, penulis juga meneliti mahasiswa yang tidak berminat mewariskan bisnis keluarga. Alasan mengapa mahasiswa sama sekali tidak tertarik dan tidak ingin meneruskan bisnis keluarga adalah karena mereka tidak menyukai bisnis yang dijalankan keluarga. Mereka juga tidak menguasai tentang bisnis keluarga, bisnis yang dijalankan tidak sesuai dengan *passion* mereka.

Walaupun mereka masih tertarik dalam bidang bisnis, namun mereka tidak ingin meneruskan bisnis keluarga. Dari beberapa pengalaman narasumber, mereka sebelumnya pernah berada di fase pertama, mereka sudah pernah mempelajari tentang bisnis keluarganya tetapi karena tidak ada hal yang membuatnya tertarik lebih lanjut akhirnya mereka menjadi tidak berminat. Orang tua juga lebih berpikiran terbuka, mereka lebih memberikan kebebasan kepada anak untuk melakukan hal yang disukai dan bertanggung jawab dengan pilihannya, sehingga anak merasa tidak perlu untuk mewarisi bisnis keluarga.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, kesimpulan yang penulis dapatkan adalah pada zaman sekarang orang tua lebih berpikiran terbuka dan tidak memaksakan kehendak anak, walaupun tetap ada yang berminat meneruskan bisnis keluarga, namun perlu adanya dorongan dan dilatih untuk berkecimpung lebih lama. Minat mahasiswa untuk meneruskan bisnis keluarga dikategorikan menjadi dua, yaitu *situational interest* dan *individual interest*. Pada *situational interest*, kesamaan antara jurusan yang mereka pelajari dan bisnis yang mereka jalankan tidak menentukan apakah mereka ingin mewarisi bisnis keluarga. Namun, adanya prospek bisnis jangka panjang yang baik dan hubungan yang terjalin oleh orang tua dapat merangsang minat mahasiswa untuk mewarisi bisnis keluarga. Oleh karena itu, perlu usaha atau dorongan untuk dapat mempertahankan minat mahasiswa, karena jika tidak mahasiswa bisa berubah menjadi tidak berminat.

Sedangkan pada *individual interest*, memiliki pengalaman pernah terlibat dalam bisnis keluarga dalam waktu yang rutin dan cukup lama, serta memiliki pengetahuan yang berhubungan dengan bisnis keluarga secara perlahan dapat menumbuhkan dan mengembangkan minat mahasiswa untuk mau meneruskan bisnis keluarga. Namun ketika menemui masalah dalam bisnis keluarga, mahasiswa masih perlu banyak belajar dan perlu bantuan dan dukungan dari orang tua agar terus tekun ketika dihadapkan kesulitan.

Dalam penelitian ini belum ada mahasiswa yang benar-benar masuk di fase empat, disarankan untuk penelitian lebih lanjut dapat mencari narasumber dari ruang lingkup yang berbeda, dimana calon penerus sudah memiliki lebih banyak pengalaman dalam meneruskan bisnis keluarga, sehingga kita dapat melihat fase perkembangan minatnya lebih jauh.

DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi. (2014). *Kewirausahaan untuk perguruan tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ching-Hwang Yen. (2014). *Ethnic chinese business in Asia: History, culture and business enterprise*. New Jersey: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.
- Chong, Wu-Ling, (2018). *Chinese Indonesians in post-Suharto Indonesia: Democratisation and ethnic minorities*. Hongkong: Hongkong University Press.
- Coppel, Charles A. (2002). *Studying ethnic Chinese in Indonesia*. Singapore: Singapore Society of Asian Studies.

- Hall, A. (2008). Professional management in family businesses: Toward an extended understanding. *Family Business Review*, 21(1): 51–69.
- Handler, W.C. (1994). Succession in family business: A review of the research. *Family Business Review*, 7(2). pp.133-157.
- Hidi, S. (1990). Interest and its contribution as a mental resource for learning. *Review of Educational Research*, 60, 549–571.
- Hidi, S & Renninger, K. A. (2006) The four-phase model of interest development, *Educational psychologist*, 41:2, 111-127, DOI: 10.1207/s15326985ep4102_4
- Hnátek, M. (2012). Succession planning and generational transition: The greatest challenges for family owned businesses. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*, 1-11.
- Hoon, Chang Yau. (2012). *Identitas tionghoa pasca Suharto: Budaya, politik dan media*. Jakarta: Yayasan Nabil dan LP3ES.
- Karsono, O.M.F., & Suprpto, W. (2013). The Succession Process and Timing in Transferring Business Ownership among Chinese in Surabaya in the Globalization Era, *International Journal of Academic Research*, 5:5, 233-237, doi: 10.7813/2075-4124.2013/5-5/B.35.
- Karsono, O.M.F., & Suprpto, W. (2014). *Penentuan suksesi kepemilikan usaha komunitas tionghoa surabaya dalam era globalisasi*. In: Chinese-Indonesians Their Lives and Identity. Retrieved from <http://repository.petra.ac.id/16458/>
- Kurniawan, J. E. (2019, May 27). *Anak enggan meneruskan bisnis keluarga*. Retrieved from <https://riliv.co/rilivstory/anak-enggan-meneruskan-bisnis-keluarga/>
- Koning, J. (2007). Chineseness and Chinese Indonesian business practices: A generational and discursive enquiry. doi: 10.1007/s12140-007-9011-2.
- Lancaster, L. C. & Stillman, D. (2002). *When generations collide. who they are, why they clash, how to solve the generational puzzle at work*. New York: Collins Business.
- Moleong, L. J. (2007). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Redding, S. G. (1994). *Jiwa kapitalisme cina*. Jakarta: Abdi Tandur.
- Renninger, K. A. (2000). *Individual interest and its implications for understanding intrinsic motivation*. New York: Academic.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, et al. (2007). *The Jakarta Consulting Group on Family Business*. Indonesia: The Jakarta Consulting Group
- Yeung, I.Y. M., & Tung, R. L. (1996). Achieving business success in Confucian societies: The importance of guanxi (connections). *Organizational Dynamics*, 25(2), pp.54–65.
- Yu, T. F. L. (2001). The Chinese family business as a strategic system: an evolutionary perspective", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 7 No. 1, pp. 22-40.