

ABSTRAK

Family Firm Institute memiliki sebuah kesimpulan bahwa mayoritas pemilik bisnis keluarga ingin melihat bisnis mereka ditransfer ke generasi berikutnya, diperkirakan 70% tidak akan bertahan hingga generasi ke-2 dan 90% tidak akan sampai ke generasi ke-3 (Grant, 2011). Banyak perusahaan keluarga yang memiliki kesulitan untuk melewati 3 (tiga) generasi (Widyasmoro, 2008). Maka suksesi pada perusahaan atau bisnis keluarga menempati posisi yang sangat strategis, khususnya dalam upaya mempertahankan keberlanjutan bisnis perusahaan (Sentot, 2009). Proses suksesi tersebut tidak hanya terjadi dan dialami pada perusahaan keluarga kategori besar, termasuk juga bisa terjadi pada sektor UMKM salah satu di Sentra Batik Trusmi Cirebon. Ratusan pengusaha batik yang ada di sentra batik trusmi bertahan dari generasi ke generasi bahkan ada yang sampai generasi kelima dan kedelapan.

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Instrumen utama adalah menggunakan wawancara secara langsung kepada owner atau pihak lain yang menunjang penelitian. Informan yang terlibat dari 4 (empat) pengusaha batik yakni: Batik Ninik Ichsan, Batik Katura, Batik Trusmi, dan Batik EB Tradisional. Wawancara dilakukan dengan pedoman yang memuat 50 pertanyaan penelitian terbagi dalam 7 (tujuh) kategori pertanyaan sesuai indikator yang diteliti yaitu perencanaan suksesi, pemilihan suksesor, mentoring, kepemimpinan, nilai dan budaya, pelajaran dari luar dan ditambah dengan faktor hubungan dan pengelolaan konflik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua pengusaha batik dalam penelitian ini tidak memiliki perencanaan tertulis maupun tidak tertulis. Sebagian anak pengusaha batik telah dilibatkan sejak kecil. Di sentra batik trusmi pun tidak terjadi proses pemilihan suksesor karena seluruh anak pengusaha batik akan meneruskan bidang usaha orang tuanya dengan masing – masing membuka usaha baru (kecuali di batik EB). Dengan itu maka kemungkinan terjadinya konflik sangat minim. Kemudian proses mentoring sebagian tidak terjadi saat mereka telah membuka bisnis namun saat mereka dilibatkan sejak masih sekolah seperti pada Batik Ninik dan Batik Katura, sedangkan pada Batik Trusmi dan EB memilih mentoring saat memulai bisnis karena semasa kecil tidak terlibat. Tidak ada pengusaha batik yang mendapatkan pelajaran dari luar tentang batik karena ilmu yang sulit dipelajari dalam waktu singkat kecuali proses bisnisnya. Kepemilikan nilai yang tersambung membuat keberlanjutan usaha lebih panjang yang salah satunya adalah tanggungjawab untuk melestarikan. Proses kepemimpinan tunggal terjadi pada Batik Ninik dan Katura sedangkan proses distribusi kepemimpinan telah dijalankan pada Batik Trusmi dan EB.

Dari studi kasus ini dapat disimpulkan bahwa pola suksesi di sentra Batik Trusmi memiliki sejumlah perbedaan antara lain karena terjadi pada lingkungan pembatik. Proses suksesi yang kuat dengan nilai sehingga secara alamiah tanggungjawab dalam membatik terjadi secara turun – temurun.

Kata Kunci: Suksesi Bisnis, Perusahaan Keluarga, Sentra Batik Trusmi.