JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi
E-ISSN: 2686-5238
P-ISSN: 2686-4916
https://dinastirev.org/JEMSI dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jemsi.v7i6
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 17 Juli 2026 | **Revised:** 31 Juli 2026 | **Accepted:** 16 Agustus 2026

Faktor Pendukung dan Penghambat Minat Melanjutkan *Family Business* Generasi Suksesor

Justin Darwis[1], Hermeindito Hermeindito[2]
[1]Universitas Ciputra, Surabaya, Indonesia, darwis228@gmail.com
[2]Universitas Ciputra, Surabaya, Indonesia, hermeindito@ciputra.ac.id

Corresponding Author: darwis228@gmail.com[1]

Abstract: *Family business is one of the big contributors to business in the world. By data quoted from Dayakarsa (2022) family businesses contribute 60% of GDP in developing countries. The willingness of a family business in a family does not necessarily mean it will be continued by the succeeding generation. Many succeeding generations have chosen to pursue careers as intrapreneurs or even start their businesses. Several factors can influence and correlate with the sustainability of the family business, such as family conditions, economic conditions, and the conditions of the family business which will be continued by the successor generation itself. The development of access to technology also allows the succeeding generation to receive education and references regarding careers that suit their passions. The family business itself is also often used as an alternative option if the career desired by the succeeding generation cannot be realized, especially if economic conditions are pressing for the survival of the succeeding generation. In some family businesses, especially those with a medium to large scale, the pioneering or founding generation also tends to prepare their children as the successor generation to be able to not only continue but also develop the family business they have started. The condition of the successor generation with higher educational readiness and greater capital conditions compared to the pioneer generation means that some of the pioneer generation have high hopes for the successor generation to continue what they have built so far. This research aims to determine the correlation with factors that may contribute to family business continuation. Internal factors such as the continuity of the successor generation and the motivation of the successor generation have a higher correlation than family conditions and parental & leadership influence, although all factors still show a correlation in this research. This context shows that the factors studied in this factor analysis are correlated and can be of concern in preparing for business sustainability.*

Keywords: *Family Business, Family Business Continuation, Parental and Leadership Influence, Next Generation's Attribute and Motivation, Family Dynamics*

Abstrak: *Family business* merupakan salah satu kontributor besar dalam bisnis di dunia. Sesuai dengan data yang dikutip dari Dayakarsa (2022) bahwa family business menyumbang 60% PDB di negara berkembang. Kesediaan *family business* pada sebuah keluarga belum tentu dilanjutkan oleh generasi suksesor. Banyak generasi suksesor yang memilih untuk berkarir

sebagai intrapreneur atau bahkan memulai bisnis mereka sendiri. Terdapat beberapa faktor yang bisa mempengaruhi dan memiliki korelasi pada keberlanjutan *family business* tersebut seperti kondisi keluarga, kondisi ekonomi, dan kondisi dari *family business* yang akan dilanjutkan oleh generasi suksesor itu sendiri. Berkembangnya akses teknologi juga memungkinkan generasi suksesor untuk mendapatkan pendidikan serta referensi mengenai karir yang sesuai dengan passion mereka. *Family business* sendiri juga sering dijadikan opsi alternatif apabila karir yang diinginkan oleh generasi suksesor belum bisa terwujudkan utamanya apabila terdesak oleh kondisi ekonomi untuk keberlangsungan hidup generasi suksesor. Pada sebagian family business utamanya dengan skala menengah ke besar, generasi perintis atau pendiri juga cenderung mempersiapkan anaknya sebagai generasi suksesor untuk bisa tidak hanya melanjutkan namun juga mengembangkan *family business* yang telah dirintis. Faktor internal seperti keberlangsungan generasi suksesor dan motivasi yang dimiliki generasi suksesor memiliki korelasi lebih tinggi dibandingkan kondisi keluarga maupun parental dan leadership influence meski semua faktor masih menunjukkan korelasi pada penelitian ini. Konteks ini menunjukkan bahwa faktor yang diteliti pada analisis faktor ini berkorelasi dan dapat menjadi perhatian untuk dalam mempersiapkan keberlanjutan bisnisnya.

Kata Kunci: *Family Business, Family Business Continuation, Parental and Leadership Influence, Next Generation's Attribute and Motivation, Family Dynamics*

PENDAHULUAN

Business, khususnya *entrepreneurship*, digadang-gadang dapat menjadi penggerak ekonomi dunia. Harapan akan meningkatnya jumlah *entrepreneur* terus bertambah dari waktu ke waktu. Hal ini dikarenakan *entrepreneur* diyakini mampu menghasilkan inovasi yang dapat menyelesaikan berbagai permasalahan di dunia (Pallavi et al., 2022). Terdapat dua kategori *business*, yaitu *family business* dan *non-family business*. *Family business* memainkan peran penting dalam perekonomian suatu negara, khususnya melalui kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta penciptaan lapangan kerja. *Family business* menyumbang lebih dari 60% PDB di berbagai negara berkembang (Dayakarsa, 2022), sedangkan di Indonesia kontribusinya mencapai 82% terhadap PDB (M. Jannah, 2024). Selain itu, *family business* juga memberikan stabilitas ekonomi, terutama dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi global (Machek et al., 2019). Sekitar 96% dari total 165.000 perusahaan yang terdapat di Indonesia merupakan *family business* (Kumar et al., 2018).

Family business menjadi salah satu pilihan, khususnya bagi generasi suksesor, untuk memastikan keberlangsungan hidup dan kelangsungan usaha keluarga. Namun, pada beberapa kasus terjadi ketidaksesuaian antara *family business* yang dimiliki oleh generasi sebelumnya dengan minat atau harapan generasi berikutnya (Yawei, 2024). Tercatat hanya sekitar 30% bisnis keluarga yang mampu bertahan hingga generasi kedua, 15% bertahan hingga generasi ketiga, dan hanya 3% yang mampu bertahan hingga generasi keempat (Porfirio et al., 2020). Oleh karena itu, generasi suksesor diharapkan tidak hanya mampu melanjutkan, tetapi juga mengembangkan *family business* yang telah dirintis oleh generasi pendiri (*founder*) (Yawei, 2024). Generasi kedua atau generasi suksesor sering kali menjadi bukti bahwa suatu bisnis dapat berkembang lebih pesat karena pada umumnya generasi pendiri di Indonesia tidak didukung oleh tingkat pendidikan yang tinggi. Pada masa tersebut, pendirian bisnis umumnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Keberhasilan generasi pertama memberikan kesempatan yang lebih besar bagi generasi penerus atau generasi suksesor untuk memperoleh pendidikan yang lebih tinggi. Generasi suksesor umumnya memiliki tingkat pendidikan yang lebih baik serta akses terhadap jejaring bisnis yang lebih luas dibandingkan generasi pendiri, yang pada umumnya membangun bisnis untuk memenuhi kebutuhan hidup (Ferraro & Cristiano, 2021). Pendidikan yang lebih tinggi

tersebut diharapkan mampu mendukung generasi suksesor dalam melanjutkan sekaligus mengembangkan bisnis yang telah didirikan oleh generasi pertama. Selain itu, kesempatan yang dimiliki generasi suksesor untuk membangun jejaring (*networking*) juga diharapkan dapat meningkatkan peluang pengembangan bisnis. Seluruh sistem dan tata kelola dalam proses bisnis diharapkan dapat disempurnakan oleh generasi suksesor dengan tetap mempertahankan nilai-nilai keluarga sebagai fondasi utama dalam menjalankan bisnis.

Hubungan antara orang tua dan anak serta pola asuh yang diterapkan dapat memengaruhi minat generasi suksesor dalam melanjutkan bisnis yang telah didirikan oleh generasi sebelumnya. Pola asuh yang mendukung minat dan potensi anak sering kali menjadi dilema bagi orang tua. Di satu sisi, pola asuh yang memberikan kebebasan kepada anak untuk mengembangkan minat dan bakatnya tanpa paksaan cenderung menghasilkan generasi penerus yang lebih terlibat dan lebih inovatif dalam mengembangkan *family business* (Liu et al., 2024). Di sisi lain, pola asuh yang terlalu otoriter atau memaksakan anak untuk melanjutkan bisnis keluarga dapat menimbulkan konflik maupun penolakan (Liu et al., 2024). Apabila anak memiliki minat yang berbeda dengan bidang usaha orang tuanya, maka kecenderungannya untuk melanjutkan bisnis keluarga menjadi lebih kecil. Sebaliknya, apabila minat yang dimiliki anak sejalan dengan bidang usaha keluarga dan didukung oleh orang tua, maka peluang anak untuk melanjutkan *family business* akan semakin besar. Pada kondisi tertentu, anak yang belum berhasil menemukan minatnya atau gagal mewujudkan minat tersebut sebagai karier utama juga dapat memilih untuk melanjutkan bisnis keluarga, terutama karena adanya tuntutan ekonomi dan kebutuhan hidup yang belum mampu dipenuhi secara mandiri.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan fokus pada *family business successor* di Indonesia yang berusia 20–30 tahun tanpa dibatasi oleh jenis atau bidang usaha. Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan dengan tujuan memperoleh data yang representatif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan *family business*. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan kuesioner berbasis *Google Form* yang disusun berdasarkan hasil *literature review*. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Hair, yaitu 10 kali jumlah item pertanyaan (28 item), sehingga diperoleh kebutuhan sampel sebanyak 280 responden.

Analisis data dilakukan menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Metode utama yang digunakan adalah *Exploratory Factor Analysis* (EFA) untuk mengidentifikasi, mereduksi, dan mengelompokkan variabel-variabel yang memengaruhi *family business continuation* menjadi beberapa faktor utama. Selain itu, analisis regresi digunakan sebagai analisis tambahan (*supplementary analysis*) untuk menguji pengaruh antarvariabel setelah proses EFA selesai, sehingga diperoleh model yang lebih terstruktur dalam menjelaskan keberlanjutan *family business*.

Variabel penelitian terdiri atas tiga dimensi utama, yaitu *Parental & Leadership Influence*, *Next Generation's Attribute and Motivation*, dan *Family Dynamics*. Dimensi *Parental & Leadership Influence* meliputi *perceived parental behavior*, *leadership style of the previous generation*, dan *incumbent trust*. Dimensi *Next Generation's Attribute and Motivation* mencakup *next generation's attribute*, *self-efficacy*, dan *motivation to take over business*, sedangkan dimensi *Family Dynamics* diwakili oleh kondisi keharmonisan keluarga dalam menjalankan *family business*. Masing-masing variabel diukur menggunakan indikator yang diadaptasi dari penelitian terdahulu sebagai dasar penyusunan instrumen penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini melibatkan 300 responden yang merupakan generasi suksesor *family business* di Indonesia dengan rentang usia 20–30 tahun. Seluruh responden berasal dari

berbagai jenis dan bidang usaha keluarga, sehingga mampu memberikan gambaran yang beragam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat melanjutkan *family business*. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan *Exploratory Factor Analysis* (EFA) sebagai metode utama, sedangkan analisis regresi digunakan sebagai analisis pendukung untuk memperkuat hubungan antarvariabel yang telah terbentuk.

Tabel 1. Interval Kriteria Penilaian

Kelas Interval	Kategori Penilaian
1,00–2,60	Sangat Kurang
2,61–3,00	Kurang
3,01–3,50	Cukup
3,51–4,20	Baik
4,21–5,00	Sangat Baik

Berdasarkan interval penilaian tersebut, seluruh nilai rata-rata yang diperoleh pada penelitian ini dapat dikategorikan ke dalam tingkat penilaian *Baik* hingga *Sangat Baik*. Kriteria ini menjadi dasar dalam menginterpretasikan persepsi responden terhadap setiap variabel yang diteliti.

Tabel 2. Rekapitulasi Persepsi Responden terhadap Parental & Leadership Influence

Mean Keseluruhan	Kategori
4,41	Sangat Baik

Nilai rata-rata sebesar 4,41 menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang sangat baik terhadap pengaruh orang tua dan kepemimpinan generasi sebelumnya. Hasil ini mengindikasikan bahwa dukungan orang tua, kepercayaan untuk melanjutkan bisnis, serta kepemimpinan yang diberikan oleh generasi pendahulu menjadi faktor penting dalam membentuk minat generasi suksesor untuk melanjutkan *family business*.

Tabel 3. Rekapitulasi Persepsi Responden terhadap Next Generation's Attributes and Motivation

Mean Keseluruhan	Kategori
4,34	Sangat Baik

Nilai rata-rata sebesar 4,34 menunjukkan bahwa atribut dan motivasi generasi suksesor berada pada kategori sangat baik. Temuan ini menunjukkan bahwa responden memiliki komitmen, rasa percaya diri, keterikatan emosional, serta motivasi yang tinggi untuk berkontribusi dalam keberlanjutan *family business*.

Tabel 4. Rekapitulasi Persepsi Responden terhadap Family Dynamics

Mean Keseluruhan	Kategori
4,20	Baik

Variabel *family dynamics* memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,20 yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa keharmonisan keluarga, komunikasi yang efektif, serta kesamaan visi antara generasi pendiri dan generasi suksesor telah terjalin dengan baik sehingga mampu mendukung keberlanjutan *family business*.

Tabel 5. Hasil Uji KMO dan Bartlett

Pengujian	Nilai
KMO	0,777
Sig. Bartlett's Test	0,008

Nilai KMO sebesar 0,777 dan signifikansi Bartlett sebesar 0,008 menunjukkan bahwa data memenuhi syarat untuk dilakukan *Exploratory Factor Analysis*. Nilai KMO yang melebihi

0,50 mengindikasikan kecukupan sampel, sedangkan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan adanya korelasi yang memadai antarvariabel.

Tabel 6. Hasil Uji KMO Variabel Kedua

Pengujian	Nilai
KMO	0,816
Sig. Bartlett's Test	0,007

Hasil pengujian kedua juga menunjukkan bahwa data layak dianalisis menggunakan analisis faktor. Nilai KMO sebesar 0,816 menggambarkan tingkat kecukupan sampel yang sangat baik dengan hubungan antarvariabel yang signifikan.

Tabel 7. Hasil Communalities

Variabel	Extraction
Parental & Leadership Influence	0,632
Next Generation's Attributes and Motivation	0,847
Family Dynamics	0,668

Seluruh nilai *extraction* berada di atas 0,50 sehingga setiap variabel mampu menjelaskan faktor yang terbentuk dengan baik. Variabel *Next Generation's Attributes and Motivation* memiliki nilai terbesar, sehingga memberikan kontribusi paling kuat terhadap pembentukan faktor.

Tabel 8. Total Variance Explained

Komponen	Eigenvalue	Persentase Varians
1	1,117	37,246%
2	1,030	34,327%

Hasil *Total Variance Explained* menunjukkan bahwa hanya dua komponen yang memiliki nilai *eigenvalue* lebih dari satu. Kedua komponen tersebut mampu menjelaskan 71,573% variasi data sehingga layak digunakan dalam analisis faktor.

Tabel 9. Component Matrix

Variabel	Loading Factor
Parental & Leadership Influence	0,771
Next Generation's Attributes and Motivation	0,907
Family Dynamics	0,706

Hasil *Component Matrix* menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *loading factor* di atas 0,50 sehingga seluruh variabel dinyatakan memiliki hubungan yang kuat terhadap faktor yang terbentuk.

Tabel 10. Rotated Component Matrix

Variabel	Faktor Dominan
Parental & Leadership Influence	0,725
Next Generation's Attributes and Motivation	0,920
Family Dynamics	0,767

Setelah dilakukan rotasi faktor, *Family Dynamics* dan *Parental & Leadership Influence* tergabung dalam faktor pertama, sedangkan *Next Generation's Attributes and Motivation* membentuk faktor kedua. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor internal dan faktor lingkungan keluarga membentuk dua kelompok utama yang memengaruhi keberlanjutan *family business*.

Tabel 11. Hasil Uji Validitas

Variabel	Loading Factor	Keterangan
Family Dynamics	0,767	Valid

Next Generation's Attributes and Motivation	0,920	Valid
Parental & Leadership Influence	0,725	Valid

Seluruh variabel memiliki nilai *loading factor* di atas 0,50 sehingga seluruh indikator penelitian dinyatakan valid dan mampu mengukur konstruk yang diteliti.

Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Parental & Leadership Influence	0,934	Reliabel
Next Generation's Attributes and Motivation	0,934	Reliabel
Family Dynamics	0,905	Reliabel

Seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,90 sehingga instrumen penelitian mempunyai tingkat reliabilitas yang sangat tinggi dan konsisten dalam mengukur setiap konstruk penelitian.

Tabel 13. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Sig.	Keterangan
Perceived Parental Behavior	0,000	Signifikan
Leadership Style of the Previous Generation	0,003	Signifikan
Incumbent Trust	0,002	Signifikan
Next Generation's Attribute	0,001	Signifikan
Motivation to Take Over Business	0,000	Signifikan
Family Harmony Condition	0,002	Signifikan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05, sehingga seluruh hipotesis penelitian didukung. Variabel *Family Harmony Condition* memberikan koefisien pengaruh terbesar, diikuti oleh *Motivation to Take Over Business* dan *Next Generation's Attribute*. Temuan ini menunjukkan bahwa selain faktor internal berupa motivasi dan karakteristik generasi suksesor, kondisi keharmonisan keluarga dan dukungan dari generasi sebelumnya juga memiliki peran penting dalam meningkatkan keberlanjutan *family business*.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diuji memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *family business continuation*, sehingga seluruh hipotesis penelitian dapat diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan *family business* tidak hanya dipengaruhi oleh satu aspek tertentu, tetapi merupakan hasil interaksi antara faktor internal yang berasal dari generasi suksesor dan faktor eksternal yang berasal dari keluarga maupun generasi pendahulu. Faktor-faktor tersebut saling melengkapi dalam membentuk kesiapan, minat, serta komitmen generasi penerus untuk mengambil alih dan mengembangkan bisnis keluarga. Berdasarkan hasil analisis regresi, seluruh variabel memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05, yang mengindikasikan bahwa setiap faktor memiliki kontribusi nyata terhadap pembentukan *family business continuation*. Dengan demikian, keberhasilan proses suksesi tidak hanya ditentukan oleh kesiapan bisnis, tetapi juga oleh hubungan interpersonal, pola pengasuhan, kepemimpinan, motivasi, dan keharmonisan keluarga yang telah dibangun sejak dini.

Variabel *Perceived Parental Behavior* terbukti memberikan kontribusi positif terhadap *family business continuation* dengan nilai *t* sebesar 2,908 dan *p-value* sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi generasi suksesor terhadap perilaku orang tua menjadi salah satu faktor penting yang membentuk keinginan mereka untuk melanjutkan bisnis keluarga. Orang tua yang memberikan dukungan, penghargaan terhadap pilihan anak, serta mampu membangun komunikasi yang baik akan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi

perkembangan minat generasi penerus terhadap bisnis keluarga. Temuan ini sejalan dengan penelitian Garcia et al. (2018) yang menjelaskan bahwa perilaku orang tua memiliki pengaruh terhadap kesejahteraan psikologis anak sehingga mendorong keterlibatan mereka dalam bisnis keluarga. Chan et al. (2020) juga menjelaskan bahwa sikap orang tua yang penuh dukungan, hangat, dan responsif mampu meningkatkan komitmen anak terhadap keberlanjutan bisnis keluarga. Selain itu, Brown et al. (2020) menjelaskan bahwa orang tua merupakan mentor pertama dalam proses pengambilan keputusan karier sehingga peran mereka sangat menentukan arah pilihan generasi suksesor. Oleh karena itu, semakin positif persepsi anak terhadap perilaku orang tua, semakin besar pula kemungkinan mereka memiliki minat untuk melanjutkan *family business*. Kondisi ini menunjukkan bahwa proses suksesi tidak hanya membutuhkan kesiapan bisnis, tetapi juga hubungan keluarga yang sehat sehingga generasi penerus merasa dihargai, dipercaya, dan memiliki ruang untuk berkembang sesuai potensinya.

Variabel *Leadership Style of the Previous Generation* juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap *family business continuation* dengan nilai *t* sebesar 2,204 dan *p-value* sebesar 0,003. Hasil ini menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan generasi pendiri memiliki peran penting dalam membentuk persepsi generasi suksesor terhadap keberlanjutan bisnis keluarga. Pemimpin yang mampu menjadi teladan, memberikan arahan, membangun motivasi, serta melibatkan generasi penerus dalam proses pengambilan keputusan akan meningkatkan minat generasi suksesor untuk melanjutkan usaha keluarga. Temuan ini sejalan dengan penelitian Oktavia et al. (2020) yang menyatakan bahwa gaya kepemimpinan memiliki hubungan erat dengan keberhasilan *family business continuation*. Kepemimpinan yang adaptif, situasional, dan mampu membangun hubungan positif dengan anggota organisasi akan menciptakan budaya kerja yang sehat sehingga generasi suksesor memiliki keyakinan bahwa bisnis tersebut layak untuk diteruskan. Sebaliknya, apabila gaya kepemimpinan yang ditunjukkan generasi pendiri bersifat otoriter, tidak memberikan ruang belajar, atau kurang melibatkan generasi penerus, maka minat untuk melanjutkan bisnis keluarga dapat menurun. Dengan demikian, kepemimpinan tidak hanya berfungsi untuk mengelola organisasi, tetapi juga menjadi media pembelajaran dan transfer nilai kepada generasi berikutnya.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Incumbent Trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *family business continuation* dengan nilai *t* sebesar 3,256 dan *p-value* sebesar 0,002. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan yang diberikan generasi pendahulu kepada generasi suksesor berkontribusi terhadap terbentuknya kesiapan dan kepercayaan diri generasi penerus dalam mengambil alih bisnis keluarga. Ketika generasi pendiri memberikan kesempatan kepada anak untuk belajar, mengambil keputusan, dan terlibat dalam pengelolaan bisnis, maka rasa memiliki terhadap bisnis keluarga akan semakin meningkat. Sebaliknya, apabila generasi pendiri tidak memberikan kepercayaan kepada generasi penerus, maka proses transfer pengetahuan dan pengalaman akan terhambat sehingga minat untuk melanjutkan bisnis menjadi lebih rendah. Kepercayaan juga menjadi bentuk pengakuan bahwa generasi suksesor memiliki kemampuan untuk mengembangkan bisnis keluarga di masa mendatang. Oleh karena itu, proses membangun *trust* harus dimulai sejak dini melalui pelibatan generasi penerus dalam aktivitas bisnis secara bertahap sehingga mereka memiliki pengalaman yang cukup sebelum proses suksesi benar-benar dilaksanakan.

Variabel *Next Generation's Attribute* memperoleh pengaruh yang relatif tinggi terhadap *family business continuation* dengan nilai *t* sebesar 4,317 dan tingkat signifikansi sebesar 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa karakteristik pribadi generasi suksesor menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan keberhasilan keberlanjutan bisnis keluarga. Karakteristik tersebut meliputi komitmen terhadap bisnis keluarga, rasa tanggung jawab, keterlibatan dalam operasional bisnis, kemampuan membangun hubungan antaranggota keluarga, serta keyakinan terhadap kemampuan diri dalam mengelola usaha. Temuan ini mendukung penelitian Chan et al. (2020) yang menyatakan bahwa keterlibatan generasi suksesor dalam aktivitas bisnis sejak dini meningkatkan peluang keberhasilan proses suksesi. Garcia et al. (2018) juga menjelaskan

bahwa komitmen individu merupakan faktor utama yang membentuk keinginan generasi penerus untuk mempertahankan bisnis keluarga. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut yang berasal dari dalam diri generasi suksesor memiliki korelasi yang lebih kuat dibandingkan beberapa faktor eksternal. Hal tersebut mengindikasikan bahwa keberhasilan suksesi sangat bergantung pada kesiapan individu, bukan hanya kesiapan organisasi. Oleh karena itu, generasi pendiri perlu memberikan kesempatan kepada generasi suksesor untuk memahami seluruh proses bisnis, mulai dari kegiatan operasional, pemasaran, keuangan, hingga pengambilan keputusan strategis agar kompetensi mereka berkembang secara menyeluruh.

Variabel *Motivation to Take Over Business* menjadi salah satu variabel dengan pengaruh terbesar terhadap *family business continuation*, ditunjukkan oleh nilai *t* sebesar 4,934 dengan *p-value* sebesar 0,000. Temuan ini memperlihatkan bahwa motivasi generasi suksesor merupakan faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan proses suksesi. Motivasi yang berasal dari dalam diri individu (*intrinsic motivation*) terbukti lebih mampu mendorong keberlanjutan bisnis dibandingkan motivasi yang hanya didasarkan pada faktor eksternal. Generasi penerus yang memiliki ketertarikan terhadap bisnis keluarga akan menunjukkan komitmen jangka panjang, kesiapan menghadapi tantangan, serta keinginan untuk melakukan inovasi demi perkembangan usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian Gagné et al. (2021) yang menyatakan bahwa motivasi intrinsik meningkatkan peluang keberhasilan proses suksesi karena penerus merasa memiliki keterikatan emosional terhadap bisnis keluarga. Selain itu, Gagné dan Deci (2019) menjelaskan bahwa motivasi intrinsik mampu meningkatkan kreativitas, inovasi, dan daya tahan individu dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Oleh karena itu, motivasi tidak dapat dibentuk hanya melalui kewajiban keluarga, tetapi harus tumbuh melalui pengalaman positif, kesempatan belajar, penghargaan terhadap kontribusi generasi penerus, serta pemberian ruang untuk mengembangkan ide-ide baru dalam bisnis keluarga.

Selanjutnya, variabel *Condition of Family Harmony* juga memberikan pengaruh signifikan terhadap *family business continuation* dengan nilai *t* sebesar 3,226 dan *p-value* sebesar 0,002. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keharmonisan hubungan antaranggota keluarga menjadi fondasi penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis keluarga. Hubungan keluarga yang harmonis menciptakan rasa saling percaya, komunikasi yang terbuka, serta kemampuan menyelesaikan konflik secara konstruktif. Kondisi tersebut akan mempermudah proses pengambilan keputusan, pembagian tanggung jawab, serta pelaksanaan proses suksesi. Temuan ini mendukung penelitian Ruiz Jiménez et al. (2015) yang menyatakan bahwa keharmonisan keluarga merupakan salah satu nilai utama yang menentukan keberhasilan bisnis keluarga. Rahmani et al. (2024) juga menjelaskan bahwa keharmonisan keluarga menjadi dasar dalam mengurangi konflik internal yang berpotensi menghambat keberlanjutan bisnis. Padmalia et al. (2023) menambahkan bahwa hubungan keluarga yang harmonis mampu meningkatkan stabilitas organisasi sehingga bisnis lebih siap menghadapi berbagai perubahan lingkungan. Oleh karena itu, menjaga kualitas hubungan keluarga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari strategi mempertahankan *family business* dalam jangka panjang.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa faktor internal yang berasal dari generasi suksesor memiliki pengaruh yang relatif lebih besar dibandingkan faktor eksternal, meskipun seluruh variabel tetap menunjukkan kontribusi yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa kesiapan individu, motivasi, serta karakteristik generasi penerus menjadi fondasi utama keberhasilan *family business continuation*. Namun demikian, faktor eksternal seperti perilaku orang tua, gaya kepemimpinan generasi pendiri, tingkat kepercayaan yang diberikan kepada generasi suksesor, serta keharmonisan keluarga tetap menjadi lingkungan pendukung yang memperkuat proses pembentukan minat tersebut. Dengan kata lain, keberhasilan proses suksesi memerlukan kombinasi antara kesiapan pribadi generasi penerus dan dukungan dari lingkungan

keluarga. Tanpa adanya dukungan tersebut, motivasi dan kemampuan individu akan sulit berkembang secara optimal.

Temuan penelitian ini juga memberikan implikasi praktis bagi pengelola *family business*. Generasi pendiri perlu mempersiapkan proses suksesi sejak dini melalui pemberian kepercayaan, pelibatan generasi penerus dalam aktivitas bisnis, serta pengembangan kompetensi sesuai dengan kebutuhan organisasi. Pendidikan formal maupun informal, pengalaman kerja, pelatihan kepemimpinan, dan kesempatan mengambil keputusan menjadi bagian penting dalam membangun kesiapan generasi suksesor. Selain itu, generasi pendiri juga perlu membangun komunikasi yang terbuka dengan anggota keluarga agar proses suksesi tidak menimbulkan konflik yang dapat menghambat keberlanjutan bisnis. Keharmonisan keluarga harus dipelihara melalui penyelesaian konflik secara adil, pembagian peran yang jelas, serta penanaman nilai-nilai keluarga yang menjadi identitas *family business*. Di sisi lain, generasi suksesor juga perlu mengembangkan motivasi intrinsik, meningkatkan kompetensi, serta memperkuat komitmen terhadap keberlangsungan bisnis keluarga sehingga mampu menghadapi tantangan bisnis yang semakin kompleks. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa keberlanjutan *family business* tidak hanya ditentukan oleh aspek ekonomi atau operasional semata, tetapi juga oleh kualitas hubungan keluarga, kepemimpinan, kepercayaan, karakteristik individu, serta motivasi generasi penerus yang secara bersama-sama membentuk keberhasilan proses suksesi bisnis keluarga.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diteliti memiliki korelasi positif dalam membentuk minat generasi suksesor untuk melanjutkan *family business*. Faktor internal, seperti *next generation's attribute* dan *motivation to take over business*, berperan penting dalam menumbuhkan minat dan motivasi generasi suksesor sehingga diperlukan upaya untuk meningkatkan pendidikan, pengetahuan, serta kesiapan mereka dalam melanjutkan *family business*. Selain itu, faktor eksternal yang meliputi *perceived parental behavior*, *leadership style of the previous generation*, *incumbent trust*, dan *the condition of family harmony* juga terbukti berkorelasi terhadap pembentukan minat tersebut. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kepercayaan dari generasi pendahulu, kepemimpinan yang baik, pola pengasuhan yang mendukung, serta keharmonisan keluarga perlu dibangun sejak dini karena mampu menciptakan lingkungan yang mendorong generasi suksesor memiliki minat dan intensi yang lebih besar untuk melanjutkan serta mengembangkan *family business*.

REFERENSI

Bertsch, A., Saeed, M., Ondracek, J., Abdullah, A., Pizzo, J., Dahl, J., Scheschuk, S., Moore, W., & Youngren, D. (2022). Variation in preferred leadership styles across generations. *Journal of Leadership in Organizations, 4*(1). https://doi.org/10.22146/jlo.70057

Chan, F., Jalandoni, D., Sayarot, C. A., Uy, M., Daradar, D., & Aure, P. (2020). A family affair: A quantitative analysis of third-generation successors' intentions to continue the family business. *Organizations and Markets in Emerging Economies, 11*(22), 462–481. https://doi.org/10.15388/omee.2020.11.43

Chanchotiyan, N., & Asavanant, K. (2020). The factors of family business successor readiness and how their impact on the business transition from successors' perspectives. *Journal of Administrative and Business Studies, 6*(5). https://doi.org/10.20474/jabs-6.5.4

Dawson, A., Sharma, P., Irving, P. G., Marcus, J., & Chirico, F. (2015). Predictors of later-generation family members' commitment to family enterprises. *Entrepreneurship Theory and Practice, 39*(3), 545–569. https://doi.org/10.1111/etap.12052

Ferraro, O., & Cristiano, E. (2021). Family business in the digital age: The state of the art and the impact of change in the estimate of economic value. *Journal of Risk and Financial Management, 14*(7), 301. https://doi.org/10.3390/jrfm14070301

Gagné, M., Marwick, C., Brun de Pontet, S., & Wrosch, C. (2021). Family business succession: What's motivation got to do with it? *Family Business Review, 34*(2), 154–167. https://doi.org/10.1177/0894486519894759

Lansberg, I., & Astrachan, J. H. (1994). Influence of family relationships on succession planning and training: The importance of mediating factors. *Family Business Review, 7*(1), 39–59. https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1994.00039.x

Liu, P. C. Y., Zhu, F., & Wang, J. (2024). The apple doesn't fall far from the tree: Parenting styles and its effects on family business succession intentions. *Journal of Business Research, 172*, 114429. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114429

Machek, O., Hnilica, J., & Lukeš, M. (2019). Stability of family firms during economic downturn and recovery. *Journal of East European Management Studies, 24*(4), 566–588. https://doi.org/10.5771/0949-6181-2019-4-566

Melania, M., Kadir, A., Pamungkas, A. R., & Gupta, S. (2024). Contribution of non-formal education to improve the quality of human resources. *Journal of Nonformal Education, 10*(1), 169–179. https://doi.org/10.15294/jone.v10i1.2015

Oktavia, I., Efferin, S., & Darmasetiawan, N. K. (2020). Leadership and innovation in family business. *KELUWIH: Jurnal Sosial dan Humaniora, 1*(1), 1–10. https://doi.org/10.24123/soshum.v1i1.2852

Padmalia, M., Ihalauw, J., Nugraha, A. K. N. A., & Harijono. (2023). Family harmony as a milestone in family business resilience facing multiple disruptions from a marketing perspective. *Journal of System and Management Sciences, 13*(3). https://doi.org/10.33168/JSMS.2023.0310

Pallavi, D. R., Ramachandran, M., & Sivaji, C. (2022). A review on entrepreneurship and its implication. *Trends in Banking, Accounting and Business, 1*(1), 36–42. https://doi.org/10.46632/tbab/1/1/8

Rahmani, S. S. A., Dewi, R., Pintanawati, S., Nurfitriya, M., & Fauziyah, A. (2024). The effect of family harmony on family business succession. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities, 15*, 110–114. https://doi.org/10.30595/pssh.v15i.937

Ruiz Jiménez, M. C., Vallejo Martos, M. C., & Martínez Jiménez, R. (2015). Organisational harmony as a value in family businesses and its influence on performance. *Journal of Business Ethics, 126*(2), 259–272. https://doi.org/10.1007/s10551-013-1941-6

Yawei, Q. (2024). Research on the impact of successor training modes on succession performance in family business (pp. 646–652). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-368-9_77