

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan keluarga memiliki peran penting dalam pengembangan perekonomian regional maupun global dan dapat menambah penciptaan lapangan kerja baru, pertumbuhan bisnis baru dan peningkatan kegiatan kewirausahaan. Bisnis keluarga merupakan suatu fenomena tersendiri dalam dunia bisnis. Dimana jumlah perusahaan keluarga di dunia ini sangat banyak dan memiliki andil yang signifikan terhadap pendapatan suatu negara, (Poza, 2010). Menurut survei di Indonesia, dari 195.000 perusahaan yang berdiri saat ini, 95 persen dari angka tersebut merupakan perusahaan keluarga (Susanto, 2007). Bisnis dianggap milik keluarga apabila satu atau dua anggota keluarga memiliki ekuitas 15 persen atau lebih dan lebih dari satu anggota keluarga bekerja pada bisnis tersebut (Poza, 2010). Bisnis keluarga didefinisikan ketika anggota keluarga pendiri perusahaan mengembangkan bisnis setelah proses suksesi dan keluarga pendiri perusahaan masih memiliki kendali di perusahaan (Ibrahim & Ellis, 1994). Bisnis keluarga sendiri memiliki aspek yang berbeda dari bisnis lainnya. Aspek keluarga tentu saja terkait pada bisnis keluarga dan dapat diidentifikasi dari kontribusi anak-anak dalam bisnis, perencanaan suksesi, distribusi saham dan pendapatan keluarga. Bisnis keluarga merupakan suatu fenomena tersendiri dalam dunia bisnis. Dimana jumlah perusahaan keluarga di dunia ini sangat

banyak dan memiliki andil yang signifikan terhadap pendapatan suatu negara, (Poza, 2010).

(Susanto, 2007 dalam Jakarta Consulting Group), menganalisis bahwa suksesi di perusahaan keluarga sering kali diartikan sebagai peralihan pimpinan di tingkat puncak saja, sehingga perusahaan pun hanya berkonsentrasi di tingkat puncak. Padahal, suksesi kepemimpinan merupakan hal yang wajar dan menjangkau berbagai lapisan manajerial. Oleh karena itu, suksesi tidak hanya terbatas pada alih generasi pimpinan puncak saja dan tidak hanya didasarkan pada kriteria usia, ataupun pemilik kepada generasi penerus dan para professional saja “Suksesi hendaknya direncanakan dan dilaksanakan untuk tujuan yang lebih luas”

Menurut Moores and Barrett (2002) akar permasalahan perusahaan keluarga tersingkap ketika sang pendiri semakin tua dan tak berdaya. Suksesi adalah satu-satunya pilihan untuk berkembang atau tidaknya perusahaan keluarga itu. Regenerasi dipandang perlu dilakukan dengan baik dan matang sehingga suksesi tidak menimbulkan sikap iri hati dan pecah menjadi konflik. Perusahaan keluarga tentu saja dapat bertahan lama, namun semua itu tergantung pada proses suksesi yang berjalan terus-menerus dari generasi ke generasi. Oleh sebab itu suksesi sering terkait dengan pergantian antargenerasi. Menurut (Lipman, 2010) banyak dari pendiri perusahaan meninggal sebelum mengembangkan perencanaan suksesi.

PT. Siasat Cepat Muda yang menjadi subyek penelitian adalah perusahaan yang bergerak di bidang transportasi darat (angkutan jalan) yang melayani ekspedisi ke Jakarta, Surabaya, Malang, Pasuruan, Bandung, Cirebon, Purwokerto, Solo, Jogjakarta dan seluruh Pulau Jawa hingga Pulau Bali. PT. Siasat Cepat Muda berdiri pada tahun 2012 namun pada awalnya perusahaan dirintis pada tahun 1983 oleh Bapak Djoyoprawiro. Hingga saat ini ada 58 armada truk yang dimiliki oleh PT. Siasat Cepat Muda. Salah satu karakteristik yang melekat pada perusahaan keluarga adalah keinginan agar perusahaan dapat diwariskan atau dilanjutkan oleh anggota keluarga (Poza, 2010). Hal ini juga ingin dilakukan oleh Ibu Kristiasih Purnama untuk menunjuk anak kandungnya yang sulung yang juga merupakan anak laki-laki satu-satunya dikeluarga untuk menjadi penerus dan memimpin di PT. Siasat Cepat Muda. Saat ini, PT. Siasat Cepat Muda sudah memasuki generasi ke-2 dan dalam waktu dekat ini akan melakukan suksesi ke generasi ke-3.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan Seven-Pointed Star Model yang memiliki keunggulan pada konsepnya yang komprehensif sampai pada tahapan evaluasi. Selain itu, bila menggunakan konsep Seven-Pointed Star Model juga dapat mengidentifikasi proses suksesi pada posisi kunci lainnya selain CEO. Penelitian ini berfokus pada *Seven-Pointed Star Model for Systematic Succession Planning and Management* yang terdiri dari tujuh langkah atau tahapan untuk dapat

mencapai tujuan suksesi perusahaan keluarga. Langkah-langkahnya terdiri dari:

- Langkah 1: Membuat komitmen
- Langkah 2: Menetapkan posisi kunci
- Langkah 3: Menilai kinerja individu
- Langkah 4: Menilai posisi kerja masa depan
- Langkah 5: Menilai potensi individu pada masa depan
- Langkah 6: Menutup gap dalam perusahaan
- Langkah 7: Evaluasi program suksesi

Berdasarkan latar belakang diatas, maka akan dilakukan penelitian yang berjudul: **“ANALISIS DESKRIPTIF PROSES PERENCANAAN SUKSESI PADA PT. SIASAT CEPAT MUDA DENGAN SEVEN-POINTED STAR MODEL”**.

1.2 Perumusan Masalah

Bagaimana perencanaan suksesi di PT. Siasat Cepat Muda menggunakan Seven-Pointed Star Model?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui perencanaan suksesi PT. Siasat Cepat Muda menggunakan Seven-Pointed Star Model.

1.3.2 Manfaat

1. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu acuan informasi untuk mengembangkan atau memilih perencanaan suksesi yang paling tepat.

2. Bagi Penulis

Bagi peneliti, penelitian ini akan menambah sumber pengetahuan dalam memahami perencanaan suksesi menggunakan Seven-Pointed Star Model serta memberi pengertian bahwa perencanaan suksesi sangat vital untuk keberlanjutan perusahaan, terutama perusahaan keluarga.

