

# FAKTOR-FAKTOR MOTIVASIONAL YANG MENGLASIFIKASI KETERLIBATAN MAHASISWA DALAM MENGAMBIL PERAN PADA BISNIS KELUARGANYA

Cindy Tjitra Wijaya

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: [cindytw92@gmail.com](mailto:cindytw92@gmail.com)

**Abstrak--**Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan model atau fungsi tentang faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi keterlibatan seseorang dalam bisnis keluarganya. Faktor-faktor tersebut antara lain teman sebaya, orang tua dan keluarga besar, rasa tanggung jawab dan komitmen, minat, dan kompetensi. Jumlah mahasiswa yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 orang, dengan teknik sampel bertujuan, menggunakan kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah uji diskriminan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab & komitmen dan kompetensi adalah faktor yang membentuk atau menentukan keterlibatan mahasiswa Universitas Kristen Petra, program Manajemen Bisnis angkatan 2010-2011 dalam bisnis keluarganya.

**Kata Kunci--** Teman sebaya, orang tua dan keluarga besar, rasa tanggung jawab dan komitmen, minat, kompetensi, serta keterlibatan dalam bisnis keluarga.

## I. PENDAHULUAN

Disadari atau tidak, karir atau pekerjaan orang tua sangat mempengaruhi pilihan karir anak-anaknya kelak. Untuk dapat memahami karir orang tuanya, maka tidak jarang orang tua mengajak anaknya untuk terlibat membantu bisnis keluarga. Selain untuk dapat lebih memahami bisnis keluarga, membantu orang tua adalah salah satu bentuk tindakan kepedulian, yang hendak orang tua tanamkan atau ajarkan kepada anak-anaknya.

Dari sisi anak sendiri, ada beberapa hal atau alasan yang membuat mereka bersedia untuk turut terlibat dalam bisnis keluarganya. Pada penelitian ini, teman sebaya, orang tua dan keluarga besar, rasa tanggung jawab dan komitmen, minat, serta kompetensi yang setidaknya menjadi alasan-alasan mengapa seorang anak termotivasi atau terdorong untuk terlibat mengambil peranan dalam bisnis keluarganya.

Motivasi berasal dari kata Latin *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Menurut Hasibuan (2013) pentingnya motivasi karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang optimal. Motivasi mengacu pada kekuatan, baik dari dalam (internal) maupun luar (eksternal) yang membangkitkan antusiasme dan ketekunan, guna mengejar suatu tindakan tertentu

(Daft, 2011, p.198). Motivasi dibagi menjadi dua, yaitu motivasi eksternal dan motivasi internal. (Mangkunegara, 2002)

Prabu (2005) menyatakan bahwa motivasi eksternal bersumber dari orang yang memberi motivasi, juga terdiri dari lingkungan dan kondisi (dalam Murti dan Srimulyani, 2013). Pada penelitian ini, peranan teman sebaya dan dorongan orang tua & keluarga besar menjadi faktor motivasi eksternal yang mempengaruhi seseorang dalam hal keterlibatannya dalam bisnis keluarga. Menurut Santrock (2003) teman sebaya adalah anak-anak dengan tingkat usia atau tingkat kedewasaan yang sama. Salah satu fungsi utama dari kelompok teman sebaya adalah untuk menyediakan berbagai informasi mengenai dunia di luar keluarga. Menurut Paxton & Wertheim (2002), Rankin, Lane, & Gibbons (2004) teman sebaya menyediakan wadah bagi seseorang, yaitu kesempatan untuk membandingkan dan mengevaluasi pendapat, kemampuan, dan bahkan perubahan fisik, -proses ini disebut juga perbandingan sosial (dalam Feldman, 2006, p.144).

Teman sebaya menyediakan informasi tentang peran dan perilaku yang dapat diterima dalam komunitas mereka. Grup referensi adalah grup yang terdiri dari sekumpulan orang, dimana mereka membandingkan diri, satu dengan lainnya (Feldman, 2006). Menurut Phelan, Yu, & Davidson (1994) sebuah penelitian menyebutkan bahwa teman sebaya sangat mempengaruhi keputusan dari seseorang dalam melakukan sebuah tindakan (dalam Feldman, 2006, p.445).

Menurut Santrock (2003) tentang konformitas (conformity) teman sebaya, konformitas muncul ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain dikarenakan tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan oleh mereka. Tetapi, banyak konformitas pada seseorang yang tidak negative. Keadaan ini dapat melibatkan aktivitas sosial yang baik, (p. 221). Ketika seorang anak melihat teman-temannya turut terlibat dalam bisnis orang tuanya, maka dapat tumbuh niatan dalam dirinya untuk juga terlibat dalam bisnis keluarganya (Stavrou, 1999).

Dorongan dari orang tua dan keluarga besar dapat berupa sebuah kondisi di dalam lingkungan keluarga yang mendukung seorang anak untuk terlibat dalam bisnis keluarga, antara lain:

1. Pekerjaan orang tua, yang menurut Gottfredson (1981, dalam Rastogi, S. & Agrawal, R., 2010) dapat menumbuhkan keinginan (memberikan dorongan) pada anak-

- anaknyanya, bahwa nantinya, mereka akan bekerja pada bidang yang sama seperti orang tuanya.
2. Ajak atau permintaan dari orang tua agar anak bergabung dalam bisnis keluarga juga sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk mengambil peran dalam perusahaan (Rastogi, Sanjay. & Agrawal, R., 2010).
  3. Kerukunan (harmoni) dalam keluarga merupakan sesuatu yang penting, menurut Malone (1989, dalam Sharma, P. 2003) bagian dari harmoni keluarga yaitu, rasa saling menghormati, percaya satu dengan lainnya, rasa saling mengerti antar anggotanya, dan komunikasi yang terbuka. Menurut Sharma (2003) terdapat hubungan yang positif antara keharmonisan keluarga dengan keinginan para generasi junior untuk mengambil peran dalam bisnis keluarga.
  4. Menurut Handler *sibling accomodation*, suatu persetujuan dari saudara-saudara dan keluarga yang memiliki posisi atau kekuatan tertentu dalam perusahaan (dalam Sharma, P., 2003).
  5. Kemampuan untuk dapat saling bekerja sama dengan anggota keluarga lainnya merupakan hal yang penting (Walsh, G., 2011).

Sementara itu, Mangkunegara (2002) menyatakan bahwa motivasi internal disebabkan karena adanya kebutuhan dan keinginan yang ada dalam diri seseorang. Kekuatan ini mempengaruhi pikirannya yang selanjutnya mengarahkan perilaku orang tersebut. Pada penelitian ini, rasa tanggung jawab dan komitmen terhadap bisnis keluarga, minat terkait bidang usaha bisnis keluarga, serta kompetensi menjadi faktor motivasi internal yang mempengaruhi seseorang dalam hal keterlibatannya dalam bisnis keluarga.

Menurut Sharma dan Irving (2002), faktor lainnya yang mempengaruhi anak-anak untuk terlibat dan mengambil peranan dalam bisnis keluarga adalah rasa tanggung jawab. Jika diterjemahkan, hal ini berkaitan erat dengan perasaan memiliki (*sense of belonging*) dan komitmen mereka dalam melanjutkan bisnis keluarga. Menurut Sulkowski (2004) komitmen yang ditunjukkan semakin besar, apalagi jika bisnis keluarga tersebut merupakan sumber pendapatan utama bagi keluarga. Sejak kecil anak-anak sudah dimagangkan apabila orang tua menginginkan agar mereka terlibat dalam perusahaan keluarga. Keterlibatan sudah tinggi, komitmennya terhadap bisnis tentu juga tinggi karena sejak kecil sudah bergelut dalam bisnis itu (Susanto, 2007).

Bagi anak-anak yang tertarik untuk terlibat dalam bisnis keluarga atas dasar inisiasi pribadinya (pilihan pribadinya), bisa disebabkan karena mereka menemukan peluang baik yang tersedia di dalam bisnis keluarga, yaitu mereka menemukan keseimbangan antara keluarga dengan bisnis, berhubungan dengan tanggung jawab dan minat

karirnya (minat pribadi). Ketika anak-anak menemukan kecocokan antara minatnya untuk berkarir dalam bidang tertentu dengan kesempatan yang disediakan oleh bisnis keluarga, mereka akan memiliki niat untuk mengambil peranan dalam bisnis keluarga dan memberikan kontribusi yang positif. (Handler, 1989; Sharma, 1997 dalam Rastogi, S. & Agrawal, R, 2010).

Menurut Chickering & Reisser (1993), kompetensi terdiri dari 3 bagian, yaitu, kompetensi intelektual, keterampilan fisik dan manual, dan kompetensi interpersonal. Yang akan dibahas pada penelitian ini adalah kompetensi intelektual, karena hal tersebut adalah yang paling sesuai dalam penelitian ini. Kompetensi intelektual meliputi kemampuan berpikir untuk mengerti, merefleksikan, menganalisa, mensintesis (menyatukan beberapa hal menjadi selaras), dan menginterpretasi (menafsirkan). Yang mana hal ini membutuhkan penguasaan konsep (isi), kemampuan memecahkan masalah, menitikberatkan pada bukti-bukti, berpikir kritis, dan kemauan untuk selalu belajar (p.52-53).

Menurut Stavrou dan Swiercz (1998) dalam Rastogi dan Agrawal (2010) dimensi pribadi terhadap keputusan generasi junior untuk mengambil peranan dalam perusahaan keluarga berhubungan dengan kebutuhan individual, tujuan, keterampilan dan kemampuan (kompetensi).

Keterlibatan mengambil peranan dalam bisnis keluarga-- Level pertama yang berhubungan dengan keinginan seorang anak untuk mengambil peranan dalam bisnis keluarga berupa bekerja paruh waktu, bentuk keterlibatan misalnya: diskusi keluarga, bekerja sukarela, dalam masa pertumbuhan mereka. Level kedua adalah bekerja penuh di dalam perusahaan keluarga, biasanya di posisi managerial. Dan level ketiga yaitu ketika generasi penerus menjadi pemimpin dan mengambil tanggung jawab orang tuanya pada bisnis. Pada penelitian ini, keterlibatan yang diteliti adalah yang pada level pertama, yang mana semua mahasiswa dapat dipastikan hanya akan terlibat paruh waktu. Karena mahasiswa memiliki tugas atau kewajiban lain yang harus dilakukan, yaitu studi. Akan sangat jarang mahasiswa dapat terlibat penuh waktu, apalagi sampai menjadi pemimpin dalam bisnis keluarganya. Level pertama ini akan dibandingkan dengan ketidak-terlibatan mahasiswa dalam bisnis keluarga.

Definisi perusahaan keluarga menurut Leach (2007) adalah bisnis yang dipengaruhi oleh keluarga ataupun hubungan antar anggota keluarga, seperti ayah dan anak, antar saudara, saudara sepupu, yang mana hubungan ini memiliki dampak yang besar pada masa depan perusahaan. Hampir sama dengan Leach, menurut Zubir (2008) bisnis keluarga adalah bisnis yang dimiliki dan dikelola bersama oleh orang-orang yang memiliki hubungan keluarga. Biasanya, hubungan keluarga tersebut

melingkupi pasangan hidup, anak, orang tua, saudara sekandung, dan saudara jauh.

Tidak banyak penelitian yang membahas mengenai faktor-faktor motivasional sebagai pengklasifikasi keterlibatan seseorang mengambil peranan dalam bisnis keluarga. Selain itu, salah satu misi dan harapan dari Program Manajemen Bisnis adalah untuk menghasilkan lulusan yang profesional dalam bidang bisnis keluarga. Namun, Program Manajemen Bisnis sendiri belum memiliki informasi tentang pengklasifikasian keterlibatan mahasiswanya berdasarkan faktor-faktor motivasional, karena belum ada penelitian dan model (metode atau cara) yang membahas tentang hal tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menjawab kebutuhan informasi dari Program Manajemen Bisnis.

Maka dari itu, penelitian ini bermaksud untuk menganalisis keterlibatan mahasiswa mengambil peranan dalam bisnis keluarga, berdasarkan faktor-faktor motivasional.

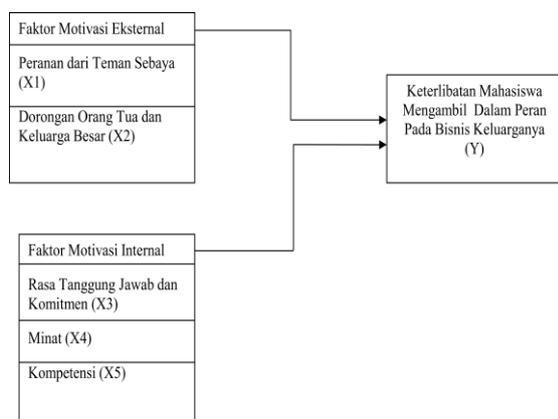
### Rumusan Masalah

Apakah faktor eksternal (teman sebaya dan orang tua & keluarga besar), faktor internal (rasa tanggung jawab & komitmen, minat, dan kompetensi) dapat mengklasifikasikan keterlibatan mahasiswa UK. Petra program Manajemen Bisnis angkatan 2010-2011 untuk mengambil peranan dalam bisnis keluarga?

### Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor motivasi eksternal dan internal terhadap keterlibatan mahasiswa dalam mengambil peran pada bisnis keluarganya, mengungkapkan bentuk keterlibatan mahasiswa, dan menunjukkan bahwa faktor-faktor motivasional dapat digunakan sebagai model klasifikasi keterlibatan mahasiswa dalam mengambil peran pada bisnis keluarganya.

### Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian

### III. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, jumlah mahasiswa yang orang tuanya berwirausaha sebanyak 299

mahasiswa. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, dengan jumlah 75 mahasiswa. Teknik pengumpulan data memakai kuisioner. Teknik pengujian data memakai uji kesahihan (validitas), uji keterandalan (reliabilitas), dan uji normalitas. Pada teknik analisa data menggunakan teknik statistik deskriptif dan analisis diskriminan.

### I. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Secara proporsi, jumlah mahasiswa yang tergolong pada kelompok terlibat paruh waktu hampir sama dengan jumlah kelompok mahasiswa yang tidak terlibat. Sebanyak 34 mahasiswa tidak terlibat pada bisnis keluarganya, sementara itu 41 mahasiswa terlibat paruh waktu pada bisnis keluarganya.

#### Teknik Pengujian Data

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai Corrected Item-Total Correlation dengan R tabel. Apabila Corrected Item-Total Correlation > R tabel maka butir-butir pernyataan dikatakan valid, begitu juga sebaliknya apabila Corrected Item-Total Correlation < R tabel maka butir-butir pernyataan dikatakan tidak valid.

Untuk variabel pertama yaitu peranan teman sebaya, terdapat 2 indikator yang nilainya lebih kecil daripada nilai R tabel, yaitu pada nomor 3 (X1.3) dan 4 (X1.4), yang berarti butir-butir pernyataan tersebut tidak valid, sehingga dihapuskan dan tidak disertakan dalam pengujian selanjutnya. Sementara itu, untuk indikator-indikator dari variabel lainnya, dorongan orang tua & keluarga besar (X2), rasa tanggung jawab dan komitmen terhadap bisnis keluarga (X3), minat terkait bidang usaha bisnis keluarga (X4), dan kompetensi (X5) memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation > R tabel, sehingga dinyatakan valid.

Pada uji reliabilitas menurut George dan Mallery (2008), Suatu alat ukur (instrumen) dinyatakan reliabel dan dapat diterima apabila nilai Alpha Cronbach (terhadap variable atau indikator yang valid) berkisar antara 0,5-1. Semakin besar nilainya dan mendekati 1, maka reliabilitasnya semakin baik. Jika nilai Alpha Cronbach kurang dari 0,5, maka variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat diterima.

Nilai Alpha Cronbach berurutan untuk variabel X1, X2, X3, X4, X5 adalah sebesar 0,585; 0,764; 0,776; 0,916; dan 0,792, sehingga semua variabel dinyatakan dapat diterima dan reliabel.

Uji normalitas digunakan untuk menguji variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau tidak. Menurut Ghazali (2001) model yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan dengan analisis grafik dengan melihat pada *normal probability plot*. Data dikatakan berdistribusi normal jika terlihat titik-titik (data) menyebar

disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Melalui gambar grafik dapat dilihat jika titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal, maka asumsi normalitas dinyatakan telah terpenuhi, sehingga dapat dikatakan variabel terikat dan variabel bebas mempunyai data berdistribusi normal.

Peranan teman sebaya terhadap pengambilan keputusan mahasiswa dalam hal keterlibatannya pada bisnis keluarga, teridentifikasi dan terlihat ketika sebuah pendapat, pemikiran, ataupun masukan dari seorang teman mempengaruhi pilihan mahasiswa terkait dengan keterlibatannya pada bisnis keluarganya. Pada penelitian ini, mahasiswa menilai bahwa pendapat teman menjadi bahan pertimbangannya dalam mengambil keputusan. Selain itu, peranan teman sebaya juga terlihat pada saat mahasiswa membandingkan dan mengevaluasi hal yang ingin dan akan mereka lakukan, dengan teman-temannya.

Dorongan orang tua dan keluarga besar terhadap keterlibatan mahasiswa dalam bisnis keluarga, teridentifikasi saat keluarga berupaya menciptakan situasi dan lingkungan yang kondusif, yakni suasana yang harmonis dalam keluarga. Harmoni dalam keluarga membuat seseorang merasa lebih nyaman untuk bekerja dalam bisnis keluarganya. Salah satu bentuk keharmonisan dalam keluarga adalah situasi ketika mahasiswa mampu bekerja sama dengan anggota keluarga lainnya. Selain itu, dorongan orang tua dan keluarga besar juga teridentifikasi pada saat orang tua melatih mahasiswa dengan cara melibatkan diri mahasiswa sejak kecil.

Rasa tanggung jawab dan komitmen terhadap bisnis keluarga teridentifikasi ketika mahasiswa menjalankan tugas dan kewajibannya dengan baik dan sepenuh hati. Selanjutnya, ada rasa memiliki yang kuat dalam diri mahasiswa terhadap bisnis keluarganya. Juga rasa ingin mengabdikan diri bagi bisnis keluarganya, hal ini dapat terjadi karena bisnis keluarga tersebut merupakan sumber pendapatan utama bagi keluarga. Adanya tanggung jawab dan komitmen dapat mempengaruhi seseorang untuk terlibat dalam bisnis keluarganya.

Minat mahasiswa terkait dengan bidang usaha bisnis keluarga dapat teridentifikasi ketika mahasiswa merasa senang, menyukai dan bersemangat ketika berkecukupan pada bisnis keluarganya. Selain itu, mahasiswa memiliki rasa ingin tahu dan usaha untuk mempelajari secara mendalam bisnis keluarganya dan mahasiswa setuju jika mereka berupaya untuk mengikuti perkembangan yang terjadi dalam industri yang berhubungan dengan bisnis keluarganya, kesediaan meluangkan waktu untuk terlibat dengan nilai sedikit lebih rendah, mengindikasikan bahwa mereka berminat terhadap bidang usaha bisnis keluarganya. Sehingga, minat dapat menjadi faktor

motivasi bagi para mahasiswa berhubungan dengan keterlibatannya pada bisnis keluarga.

Kompetensi teridentifikasi ketika mahasiswa memiliki kemampuan yang memadai untuk menjalankan tugas dan hal-hal yang harus dilakukan dalam bisnis keluarganya. Ketika mahasiswa dapat menjalankan tugasnya dengan baik, maka mereka akan terdorong untuk melakukannya semakin baik dari hari ke hari. Mahasiswa yang menilai diri mereka cakap dalam mengurus bisnis keluarganya, termotivasi untuk ikut membantu usaha keluarganya. Sesuai dengan teori dari Starvov dan Swiercz (1998) dalam Rastogi dan Agrawal (2010) yang mengungkapkan bahwa keputusan seseorang untuk mengambil peran dalam bisnis keluarga berhubungan dengan kebutuhan individual, tujuan, keterampilan dan kompetensi

Selanjutnya adalah uji diskriminan, pengujian ini dilakukan untuk membuktikan sebuah hipotesis.  $H_0$  dalam penelitian ini berbunyi, "faktor-faktor motivasional tidak dapat digunakan untuk mengklasifikasikan keterlibatan mahasiswa mengambil peranan dalam bisnis keluarga." Sementara itu  $H_1$ -nya adalah, "Faktor-faktor motivasional dapat digunakan untuk mengklasifikasikan keterlibatan mahasiswa untuk mengambil peranan dalam bisnis keluarga." Analisis diskriminan dapat digunakan untuk mengklasifikasikan jika group covariance matrice relatif sama, hal ini dapat dilihat melalui nilai Box'M dengan ketentuan nilainya harus diatas 0,05. Nilai Box'M dalam penelitian ini adalah sebesar 0,075, hal ini berarti analisis diskriminan dapat digunakan untuk mengklasifikasikan keterlibatan mahasiswa mengambil peranan dalam bisnis keluarga. ( $H_1$  diterima,  $H_0$  ditolak)

Berdasarkan hasil analisa juga ditemukan bahwa nilai rata-rata dari semua faktor-faktor motivasional pada kelompok mahasiswa yang terlibat paruh waktu pada bisnis keluarganya lebih besar daripada kelompok mahasiswa yang tidak terlibat.

Dari lima faktor motivasional, yang membentuk fungsi klasifikasi adalah variabel tanggung jawab dan komitmen, serta kompetensi. Nilai pembentuk fungsi diskriminan adalah Nilai  $Z = 11,029$  (konstan) - 1,85 (tanggung jawab dan komitmen) - 1,254 (kompetensi), manfaat dari penggunaan model klasifikasi ini adalah kita dapat memprediksi keterlibatan mahasiswa pada kelompok manakah mereka tergolong, terlibat paruh waktu atau tidak terlibat.

Tanggung jawab dan komitmen serta kompetensi merupakan faktor motivasi internal, alasan mengapa faktor motivasi internal menjadi fungsi pembentuk klasifikasi adalah: mahasiswa dapat digolongkan sebagai dewasa muda, yang mana mereka mengambil keputusan berdasarkan pendirian, pemikiran dan apa yang mereka rasakan

secara pribadi, orang tua, keluarga besar dan teman sebaya (faktor motivasi eksternal) memang dapat mempengaruhi, tetapi yang lebih penting adalah bagaimana (internal) diri mahasiswa sendiri.

Sementara itu ketika mahasiswa memiliki perasaan dan komitmen yang kuat terhadap sesuatu, maka mereka melakukan tindakan berdasarkan perasaan dan komitmennya tersebut, hal inilah yang membuat rasa tanggung dan komitmen terhadap bisnis keluarga menjadi faktor motivasional yang menentukan keterlibatan mahasiswa dalam mengambil peran dalam bisnis keluarganya. Selain itu, adanya rasa bangga dan percaya diri, ketika kemampuan mahasiswa dapat memberikan sumbangsih yang positif bagi bisnis keluarganya, juga dapat menentukan keterlibatan mahasiswa dalam bisnis keluarganya.

## II. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian mengenai faktor-faktor motivasional sebagai model klasifikasi keterlibatan mahasiswa dalam mengambil peran pada bisnis keluarganya adalah sebagai berikut:

1. Faktor motivasi eksternal dalam penelitian ini berasal dari peranan teman sebaya, dorongan dari orang tua dan keluarga besar. Sementara itu, faktor internal dalam penelitian ini yaitu, rasa tanggung jawab dan komitmen terhadap bisnis keluarga, minat terkait dengan bidang usaha bisnis keluarga, serta kompetensi.
2. Proporsi atau jumlah mahasiswa yang terlibat paruh waktu hampir sama dengan yang tidak terlibat.
3. Faktor motivasional dapat digunakan sebagai model klasifikasi keterlibatan mahasiswa dalam mengambil peran pada bisnis keluarganya.

Saran dari penelitian mengenai faktor-faktor motivasional sebagai model klasifikasi keterlibatan mahasiswa dalam mengambil peran pada bisnis keluarganya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Program Manajemen Bisnis, untuk meningkatkan kesadaran mahasiswanya tentang rasa tanggung jawab dan komitmen terhadap bisnis keluarga, dapat dilakukan misalnya dengan mengadakan seminar-seminar ataupun fasilitas konsultasi bagi bisnis keluarga. Sedangkan untuk mengembangkan kompetensi mahasiswa bisa dilakukan dengan cara memberikan mata kuliah yang membahas lebih dalam tentang bisnis keluarga.
2. Bagi mahasiswa, menyadari manfaat dari tanggung jawab dan komitmennya terhadap bisnis keluarga, yaitu dengan membantu dan berupaya untuk memajukan bisnis keluarga, pada akhirnya akan menguntungkan untuk diri mereka sendiri. Ketika bisnis keluarga semakin

besar, maka kesejahteraan ekonomi dalam keluarga juga makin baik. Lalu, untuk meningkatkan kompetensi, mahasiswa dapat belajar dari berbagai sumber. Belajar dari orang lain yang lebih menguasai, mengikuti komunitas yang berhubungan dengan bidang bisnis keluarga, ataupun dari sumber bacaan yaitu buku, majalah, dan internet.

3. Mahasiswa juga dapat mengasah kepekaan mereka terhadap lingkungan sekitar dan membiasakan diri, misalnya saat melihat orang tua sibuk mengelola bisnis keluarganya, mereka berinisiatif untuk membantu. Ketika kejadian ini terus berulang, maka kegiatan atau aktivitas membantu orang tua menjadi kebiasaan dan kewajiban dirinya. Dengan demikian berangsur-angsur tanggung jawab dan komitmen dapat tumbuh dan semakin kuat.

## DAFTAR REFERENSI

- Chickering, A.W. & Reisser, L. (1993). *Education and Identity 2nd ed.* San Fransisco: Jossey Bass
- Daft, R.L. (2011). *The Leadership Experience 5<sup>th</sup> Edition.* United States of America: Thomson Western-Publication
- Feldman, R.S. (2006). *Development Across The Life Span.* New Jersey: Pearson Prentice Hall
- George, D., & Mallery, P. (2008). *SPSS for Windows Step By Step 8th ed.* USA: Pearson Education
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 2nd ed.* Semarang: Universitas Diponegoro
- Hasibuan, M.S.P. (2013). *Managemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: PT Bumi Aksara
- Leach, Peter. (2007). *Family Business The Essentials.* Great Britain: Profile Books Ltd
- Mangkunegara, A.P. (2002). *Managemen Sumber Daya Manusia.* Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Murti, H., Srimulyani, V.A. (2013, February). Pengaruh motivasi terhadap kinerja pegawai dengan variabel pemediasi kepuasan kerja pada PDAM kota Madiun. *JRMA*, 1(1), 10-17. Retrieved September 12, 2013, from <http://portal.widyamandala.ac.id/jurnal/index.php/jrma/article/download/82/85>
- Rastogi, Sanjay. & Agrawal, R. (2010, Oktober). Intention of Offspring to Join The Family Enterprise: A Study of Indian Businesses. *Annals of Innovation & Entrepreneurship 2010 (1)*, 1-11. Retrieved 25 September 2013, from <http://www.innovationandentrepreneurshi>

[p.net/index.php  
/aie/article/view/5603/html\\_35](http://p.net/index.php/aie/article/view/5603/html_35)

- Santrock., J.W. (2003). *Adolescence 6<sup>th</sup> edition*. Jakarta: Erlangga
- Sharma, P. & Irving, G. (2002). *Four Shades of Family Business Successor Commitment: Motivating Factor and Expected Outcomes*. Best unpublished paper award winner at the annual conference of Family Firm Institute, Dallas TX.
- Stavrou, Eleni. T. (1999, Juli). Succession in Family Business: Exploring the Effect of Demographic Factors on Offspring Intention to Join and Take Over the Business. *Journal of Small Business Management*, 43-61. Retrieved September 25, 2013, from ABI/INFORM Global (Proquest) database.
- Susanto, A.B. (2007). *The Jakarta Consulting Group on Family Business*. Jakarta: The Jakarta Consulting Group
- Vienna. Austrian Institute for SME Research. *Overview of Family Business Relevant Issues, Final Report*. Retrieved September 27, 2013 from [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/craft/family\\_business/doc/familybusiness\\_study\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/craft/family_business/doc/familybusiness_study_en.pdf)
- Walsh. Grant. 2011. *Family Business Succession Managing the All-Important Family Component*. Swiss: KPMG International
- Zubir, Nurlaila. (2008). *Membangun Bisnis Keluarga yang Solid dari Generasi ke Generasi*. Jakarta: Hikmah (PT.Mizan Publika)