

ANALISIS PERSEPSI ORANG TIONGHOA JAWA TIMUR TERHADAP CALON SUKSESOR PEREMPUAN PADA PERUSAHAAN KELUARGA

Irwan Pranata Halim

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: irw4n46@yahoo.com

Abstrak---Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi orang Tionghoa di Jawa Timur mengenai calon suksesor pada perusahaan keluarga jika perempuan sebagai suksesor. Umumnya pria lebih dominan untuk menjadi seorang pemimpin dan sebagai suksesor, terutama dalam keluarga Tionghoa, anak pria lebih dominan dalam bisnis keluarga. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, mengumpulkan data dengan metode wawancara. Hasil penelitian menunjukkan *gender* tidak menjadi masalah dalam hal menentukan suksesor, anak laki maupun perempuan setara, tergantung seberapa besar komitmen, tanggung jawab, kompeten tidaknya.

Kata Kunci--- Bisnis Keluarga, Gender, Persepsi, Tionghoa.

I. PENDAHULUAN

Suksesi merupakan suatu masa yang penting dan beresiko bagi keberlanjutan suatu bisnis keluarga (Vries, 1993, dalam Otten & Pappas, 2013). Penting karena tanpa kepemimpinan generasi berikutnya dan manajemen langsung, perusahaan tidak dapat bertahan sebagai bisnis milik keluarga apalagi mempertahankan karakteristiknya. Poza & Daughterty (2013) mengatakan bahwa di Eropa dan Asia, setidaknya 80% dari seluruh perusahaan merupakan perusahaan yang dimiliki dan dikendalikan oleh keluarga, sedangkan di Indonesia 95% dari seluruh perusahaan merupakan perusahaan keluarga (IICD, 2010, dalam Simanjuntak, 2012).

Dikatakan bahwa banyak perusahaan yang dimiliki/dikelola orang Tionghoa khususnya bisnis keluarga percaya bahwa orang yang bisa mereka percaya hanyalah anggota keluarga saja (Zhang & Zhang, 2006, dalam Deng, 2015). Kebanyakan orang Tionghoa tidak percaya pada orang luar bukan karena ketidakmampuan namun orang Tionghoa menganggap penerusan suatu bisnis hal yang penting dan hanya pantas diteruskan oleh keturunannya, sekalipun anaknya belum tentu mampu. Dalam keluarga Tionghoa pun, dalam pemilihan anggota keluarga sebagai calon suksesor kebanyakan yang dipilih adalah anak pria dan terutama anak pertama, untuk anak perempuan jarang sekali dijadikan pilihan sebagai calon suksesor.

Gender menjadi salah satu isu dalam suksesi perusahaan keluarga. Muncul suatu *trend*, suksesor perempuan, menjadi suatu sorotan baru. Pergeseran peran perempuan dalam bisnis keluarga terbukti dari pengalaman mereka yang telah menduduki posisi tingkat atas dalam perusahaan keluarga.

Suatu peningkatan jumlah anak perempuan yang mengambil alih perusahaan keluarga (Alfano & Langowitz, 2002, dalam Humphreys, 2013). Menurut American Family Business Survey 2007, jumlah anak perempuan yang mengambil alih perusahaan keluarga meningkat hingga lima kali lipat sejak 1997. Peran perempuan sebagai pemimpin meningkat hingga empat kali lipat lebih tinggi dalam perusahaan keluarga dibandingkan perusahaan bukan keluarga (Barrett & Moores, 2009, dalam Humphreys, 2013).

Pada kenyataannya, perempuan dianggap bukan pilihan utama sebagai calon suksesor. Pria dipersepsikan lebih baik dan cocok menjadi seorang pemimpin dibanding perempuan. Dalam banyak kasus bisnis keluarga, anggota perempuan tidak dipandang sebagai suatu pilihan yang layak sebagai suksesor, pada umumnya pria selalu lebih dominan dalam bisnis, terutama sebagai pemimpin (Wang, 2010, dalam Otten & Pappas, 2013).

Peran perempuan dalam perusahaan masih tidak dianggap begitu serius bagi kebanyakan orang, karena persepsi orang tetapih pria lebih baik dalam hal bekerja, memimpin, berkompetensi, sehingga ketika perempuan aktif berpartisipasi dalam perusahaan, mereka sering dianggap remeh.

Dalam keluarga orang Tionghoa, yang paling diperhatikan ialah memiliki anak laki-laki dibanding anak perempuan, laki-laki memiliki posisi yang menguntungkan, dikarenakan anak perempuan tidak dapat meneruskan lagi marga dari sang ayah, hanya anak laki-laki saja yang bisa meneruskan marga sang ayah kepada anaknya (Oentaryo, 2008, dalam Veronica & Christiana, 2013). Dikatakan bahwa orang Tionghoa beranggapan anak laki-laki pertama adalah sandaran mereka di hari tua nanti. Pekerjaan ayah akan diteruskan oleh anak laki-laki pertama, dapat dikatakan ia adalah tangan kanan ayahnya (Zhào, 2008, dalam Veronica & Christiana, 2013). Menurut Wang (2010, dalam Otten & Pappas, 2013), selama lebih dari 20 tahun penelitian membahas suksesi pada perempuan, perkembangannya tidak luas/terbatas, banyak konsep dianggap penting untuk proses suksesi namun belum dipertimbangkan untuk suksesor perempuan. Penelitian yang jarang dilakukan mengenai suksesi pada anak perempuan (Dumas, 1998; Vera & Dean, 2005), sehingga penelitian ini menjadi menarik dilakukan. Meningkatnya kendali kekuasaan dan peran perempuan baik dalam dunia profesional maupun dalam bisnis keluarga menjadi makin bertambah penting sebagai tugas peneliti bisnis keluarga (Eagly & Carli, 2007, dalam Otten & Pappas, 2013).

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui persepsi terhadap calon suksesor perempuan pada perusahaan keluarga.

Menurut Depdiknas (2001), persepsi adalah tanggapan atau temuan gambaran langsung dari suatu atau temuan gambaran langsung dari suatu serapan seseorang dalam mengetahui beberapa hal melalui panca indera. Dalam pengertian ini jelas, bahwa persepsi adalah kesan gambaran atau tanggapan yang dimiliki seseorang setelah orang tersebut menyerap untuk mengetahui beberapa hal (obyek), melalui panca indera.

Menurut Walgito (1990), persepsi memiliki tahapan sebagai berikut:

1. Penyerapan

Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu. Rangsang atau objek tersebut diserap atau diterima oleh panca indera, baik penglihatan, pendengaran, peraba, pencium, dan pencicip secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Dari hasil penyerapan atau penerimaan oleh alat-alat indera tersebut akan mendapatkan gambaran, tanggapan, atau kesan di dalam otak. Gambaran tersebut dapat tunggal maupun jamak, tergantung objek persepsi yang diamati. Di dalam otak terkumpul gambaran-gambaran atau kesan-kesan, baik yang lama maupun yang baru saja terbentuk.

2. Pengertian atau pemahaman

Setelah terjadi gambaran-gambaran atau kesan-kesan di dalam otak, maka gambaran tersebut diorganisir, digolong-golongkan (diklasifikasi), dibandingkan, diinterpretasi, sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman. Proses terjadinya pengertian atau pemahaman tersebut sangat unik dan cepat. Pengertian yang terbentuk tergantung juga pada gambaran-gambaran lama yang telah dimiliki individu sebelumnya (disebut persepsi).

3. Penilaian atau evaluasi

Setelah terbentuk pengertian atau pemahaman, terjadilah penilaian dari individu. Individu membandingkan pengertian atau pemahaman yang baru diperoleh tersebut dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subjektif. Penilaian individu berbeda-beda meskipun objeknya sama. Oleh karena itu persepsi bersifat individual.

Gender adalah suatu konsep kultural yang dipakai untuk membedakan peran, perilaku, mentalitas, dan karakteristik emosional antara laki-laki dan perempuan yang berkembang dalam masyarakat (Mulia, 2004).

Unsur-unsur Gender:

1. Perbedaan Gender

Menurut Thebaud (2010) Ada tiga hal yang menjadi perbedaan antara suksesor laki-laki dan perempuan dalam perusahaan keluarga sebagai calon suksesor:

- a) Tingkat Pendidikan
- b) Kepercayaan atas kemampuan diri sendiri
- c) Ambisi atas kepemilikan

2. Partisipasi perempuan dalam bisnis

Partisipasi perempuan dalam bisnis keluarga dibagi menjadi dua aliran, pertama partisipasi tradisional, kedua partisipasi profesional

a) Partisipasi tradisional

Terlibat dalam operasional sehari-hari perusahaan keluarga namun tidak menerima pengakuan, seperti jabatan yang sesuai, gaji, status, yang sesuai dengan kontribusinya (Cole, 1997; Hollander & Bukowitz, 1990; Salganicoff, 1990).

b) Partisipasi Profesional

Peran profesional wanita secara umum mengambil peran sebagai asisten, penasihat tidak resmi, mediator diantara anggota keluarga yang menjalankan perusahaan keluarga (Gillis-Donovan & Moynihan-Bradt, 1990).

3. Relasi

Garcia & Alvarez (2002) mengatakan bahwa suksesor harus memiliki relasi dengan pendahulu, keluarga besar, anggota keluarga inti, manajemen senior, karyawan juga pemangku kepentingan luar, seperti klien, pemasok, dan pemerintah. Menurut Vera & Dean (2005), ada tiga hubungan yang penting dalam suksesi :

a) Relasi dengan pendahulu

Kualitas relasi antara suksesor dengan pendahulu merupakan suatu pertimbangan kuat dalam berhasilnya suksesi. Anak perempuan lebih baik dalam berkomunikasi dengan ayah mereka, karena anak perempuan cenderung lebih perhatian pada ayah mereka dan lebih mampu untuk mengurangi konflik.

b) Relasi dengan anggota keluarga lainnya

Relasi dengan anggota keluarga lainnya selain ayah mereka juga merupakan peran yang penting dalam suksesi. Adanya persaingan saudara dapat menghambat berhasilnya suksesi. Adanya kecemburuan dari sang Ibu melihat hadirnya calon suksesor anak perempuan, karena kehadiran anak perempuan dalam bisnis keluarga dipandang tidak pantas dan tidak diinginkan membuat Ibu mereka menarik anak perempuan untuk tidak gabung dalam bisnis keluarga maupun mendesak untuk keluar dari bisnis keluarga. Suksesi Ibu-anak perempuan menjadi lebih sulit daripada ayah-anak perempuan karena anak perempuan sering kali dibandingkan dengan Ibu mereka.

c) Relasi dengan karyawan bukan anggota keluarga

Tidak hanya relasi dengan anggota keluarga saja, namun yang bukan anggota keluarga misal karyawan juga penting. Perempuan dalam bisnis keluarga harus membuat usaha yang lebih keras untuk membuktikan kemampuan mereka menjalankan bisnis, tidak hanya pada anggota keluarga lainnya tapi juga pada karyawan bukan anggota keluarga dan manajer.

4. Komitmen

Menurut Sharma & Irving (2005), komitmen dapat mempengaruhi perilaku, motivasi, dan sikap dalam mencapai target yang dikejar. Ada empat bentuk dari komitmen :

a) Komitmen kalkulatif

Komitmen yang berdasarkan pada perasaan "harus" bergabung atau tetap dalam bisnis keluarga untuk mempertahankan klaim atas akumulasi investasi/saham keluarga

- b) Komitmen imperatife
Komitmen yang berdasarkan pada perasaan “perlu” bergabung atau tetap dalam bisnis keluarga karena kurangnya kemampuan atau skill sehingga tidak ada pilihan lain
- c) Komitmen afektif
didasarkan pada pola pikir keinginan atau “ingin bergabung” atau tetap dalam bisnis keluarga
- d) Komitmen normatif
didasarkan pada rasa royal atau merasa kewajiban sebagai suksesor dikarenakan tidak ada suksesor lain hanya dia

II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif ialah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan Bahasa, pada suatu konteks khusus yang memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2013). Penelitian kualitatif deskriptif, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, kualitatif deskriptif akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan, data bisa berasal dari wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2013).

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini akan dilakukan pada empat perusahaan keluarga yang masing-masing memiliki anak perempuan.

Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Objek penelitian dalam penelitian ini adalah analisis persepsi orang Tionghoa Jawa Timur terhadap calon suksesor perempuan pada perusahaan keluarga.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang akan memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2013). Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara dimana peneliti sudah menetapkan daftar pertanyaan yang akan diajukan secara terformat, disusun secara rapid an ketat. Tujuan menggunakan jenis wawancara ini untuk mencari jawaban terhadap hipotesis kerja (Moleong, 2013).

Uji Keabsahan Data

Teknik keabsahan data adalah dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi merupakan pemeriksaan keabsahan data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2014). Dalam penelitian ini, uji

keabsahan datanya menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda (Patton, 1987 dalam Moleong, 2014). Triangulasi sumber dilakukan dengan cara memeriksa data yang diperoleh melalui beberapa narasumber yang telah diwawancarai berdasarkan pertanyaan yang sama.

Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (2013), teknik analisis data yang digunakan ialah teknik analisis yang mencakup :

1. Reduksi Data
 - a. Identifikasi satuan (*unit*). Pada mulanya diidentifikasi adanya satuan yaitu bagian terkecil yang ditemukan dalam data yang memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian.
 - b. Sesudah satuan diperoleh, langkah berikutnya membuat koding. Membuat koding berarti memberikan kode pada setiap ‘satuan’, agar tetap dapat ditelusuri data/satuannya, berasal dari sumber mana.
2. Kategorisasi
 - a. Menyusun kategori. Kategorisasi adalah upaya memilah-milah setiap satuan ke dalam bagian-bagian yang memiliki kesamaan.
 - b. Setiap kategori diberi nama yang disebut ‘label’.
3. Sintesisasi
 - a. Mensintesiskan berarti mencari kaitan antara satu kategori dengan kategori lainnya.
 - b. Kaitan satu kategori dengan ketegori lainya diberi nama/label lagi.
4. Menyusun Hipotesis Kerja
Hipotesis kerja merupakan teori substantif (yaitu teori yang berasal dan masih terkait dengan data). Hipotesis kerja itu terkait dan sekaligus menjawab pertanyaan penelitian.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari empat perusahaan yang dijadikan subjek dalam penelitian kali ini yaitu Subjek Penelitian 1, Subjek Penelitian 2, Subjek Penelitian 3, dan Subjek Penelitian 4 masing-masing memiliki anak perempuan. Keempat perusahaan tersebut tidak ada yang memandang rendah perempuan jika dijadikan calon suksesor.

Dilihat dari tingkat pendidikan, antara pria dan perempuan harus setara dan tingkat pendidikan penting, karena banyak perempuan sekarang yang menjadi perempuan karir, tidak lagi perempuan hanya bekerja sebagai seorang ibu rumah tangga, kita lihat banyak sekali perempuan karir sekarang ini. Hal ini didukung oleh Thebaud (2010), yang menyatakan bahwa mayoritas pemimpin di persepsikan merupakan tugas seorang pria, sehingga pria akan lebih percaya diri mengenai kompetensinya dalam memimpin dibandingkan perempuan, oleh karena itu perempuan membuat suatu standart pada diri mereka bahwa mereka harus memilki pendidikan yang sama tingginya dengan pria, bahkan lebih tinggi dari pria sebelum mereka mempertimbangkan kompetensi dalam perusahaan.

Calon suksesor perempuan harus memiliki komitmen yang kuat dan komitmen ini penting untuk memimpin perusahaan, karena tanpa ada komitmen, seorang ayah pasti

dapat menilainya, dan tidak akan menjadikan seorang yang tanpa ada komitmen untuk menjadi penerusnya. Hal ini seperti yang dikatakan Sharma dan Irving (2005) bahwa kebanyakan calon suksesor perempuan hanya memiliki komitmen yang berdasarkan suatu keharusan masuk dalam bisnis keluarga untuk mempertahankan saham, dan komitmen yang didasari karena tidak ada suksesor lainnya selain dia, harus memiliki komitmen yang didasari atas keinginan sendiri untuk melanjutkan bisnis keluarga.

Hubungan antara ayah dengan anak perempuannya terjalin baik, walaupun ada perbedaan pendapat maupun pandangan, karena setiap orang mempunyai pola pikir yang berbeda, walaupun ayah dengan anak pun bisa berbeda pola pikir, sehingga wajar jika terjadi konflik antara mereka, namun memiliki tujuan yang sama hanya berbeda cara. Hal ini serupa dengan hasil penemuan Humpreys (2013), yang mengatakan bahwa selama proses suksesi, anak perempuan dan ayahnya sering menghadapi tantangan, ketidaktepuan, dan konflik, namun diharuskan untuk komunikasi yang terbuka dan jujur.

Berdasarkan hasil wawancara dari keempat perusahaan memiliki beberapa perbedaan dalam melakukan pemilihan calon suksesor. Subjek Penelitian 1 lebih memilih calon suksesornya kelak adalah anak perempuannya sendiri, sedangkan untuk Subjek Penelitian 2 tidak mementingkan apakah laki-laki atau perempuan yang akan menjadi calon suksesor tetapi dilihat dari kemampuan pada diri masing-masing orang. Begitu pula dengan kedua perusahaan lainnya. Pada Subjek Penelitian 1 anak perempuannya menunjukkan ambisinya dalam kepemilikan perusahaan (saham), namun pada ketiga perusahaan lainnya belum menunjukkan adanya ambisi karena ketiga perusahaan tersebut sama-sama memiliki anak perempuan yang masih kecil. Subjek Penelitian 1 anak perempuannya sudah terlibat dalam kepengurusan perusahaan namun ketiga perusahaan lainnya belum terlibat. Komitmen yang harus dipegang oleh calon suksesor pada keempat perusahaan berbeda-beda. Subjek Penelitian 1 menyatakan bahwa komitmen yang harus dipegang oleh calon suksesor perempuan adalah mampu memikirkan tujuan perusahaan untuk mencapainya. Subjek Penelitian 2 menyatakan calon suksesor harus mempunyai kemampuan, kemauan, dan harus belajar dari pengalaman. Subjek Penelitian 3 menyatakan komitmen yang harus dipegang adalah mempunyai tanggung jawab yang besar dan mengikuti keadaan jaman pada waktu itu. Subjek Penelitian 4 mengharuskan calon suksesornya memiliki jiwa kepemimpinan dan bertanggung jawab serta mampu menghadapi resiko yang terjadi entah itu resiko untung atau rugi, namun secara keseluruhan intinya adalah komitmen untuk memajukan perusahaan keluarga tersebut.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Dari empat orang Tionghoa pada perusahaan keluarga di Jawa Timur sebagai subjek penelitian dalam penelitian ini, ditemukan bahwa:

1. Tidak satu pun yang memandang rendah atau meremehkan jika anak perempuan menjadi

suksesor perusahaan keluarga mereka. Mereka mengatakan bahwa gender bukanlah menjadi suatu masalah apakah sanggup nantinya memimpin perusahaan.

2. Dilihat dari tingkat pendidikan, antara pria dan perempuan harus setara dan tingkat pendidikan itu penting bagi perempuan, oleh karena itu perempuan membuat suatu standart pada diri mereka bahwa mereka harus memiliki pendidikan yang sama tingginya dengan pria, bahkan lebih tinggi dari pria.
3. Calon suksesor perempuan harus memiliki komitmen yang kuat dan komitmen ini penting sebagai pemimpin perusahaan, komitmen yang harus dimiliki atas dasar keinginan sendiri untuk meneruskan bisnis keluarga karena tanpa ada komitmen tersebut, seorang ayah yang menilainya tidak akan mempercayakan perusahaan padanya.
4. Hubungan antara ayah dengan anak perempuan terjalin baik, walaupun ada perbedaan pandangan maupun pendapat, namun tetap dengan tujuan yang sama dan diharuskan untuk komunikasi yang terbuka dan jujur.

Sehingga dapat dikatakan tidak lagi harus anak pria yang dominan, yang harus meneruskan bisnis orang tuanya, namun anak perempuan juga mampu asal ada kemauan belajar, para pendahulu sekarang percaya anak perempuan mereka tidaklah lagi hanya harus menjadi ibu rumah tangga kelak dan hanya akan mengikuti suaminya suatu saat nanti.

DAFTAR PUSTAKA

- Dawley, D., Hoffman, J. J., & Smith, A. R. (2004). Leader succession: does gender matter? *Leadership & Organization Development Journal*, 678-690.
- Deng, X. (2015). Father-daughter succession in China: facilitators and challenges. *Journal of Family Business Management*, 5(1), 38-54.
- Depdiknas. (2001). *Buku 1 Manajemen Peningkatan Mutu Pendidikan Berbasis Sekolah*. Jakarta: Depdikbud.
- Garcia, & Alvarez. (2002). Socialization patterns of successors in first- to second-generation family businesses. *Family Business Review*, 15(3), 189-203.
- Gillis-Donovan, J., & Moynihan-Bradt, C. (1990). The power of invisible women in the family business. *Family Business Review*, 3(2), 153-167.
- Glover, J. L. (2014). Gender, power and succession in family farm business. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 6(3), 276-295.
- Humpreys, M. M. (2013). Daughter succession: a predominance of human issues. *Journal of Family Business Management*, 3(1), 24-44.
- Jap, S. V., & Christiana, E. (2013). Dominasi Anak Laki-Laki Sulung Dalam Keluarga Tionghoa Suku Hokkien di Kecamatan Tambaksari Surabaya Timur. *CENTURY*, 37-46.

- Kalnins, A., & Williams, M. (2014). When Do Female-Owned Businesses Out-Survive Male-Owned Businesses? A Disaggregated Approach by Industry and Geography. 654-674.
- Moleong, L. J. (2013). Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, R. J. (2014). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulia, S. M. (2004). Islam Menggugat Poligami. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Otten, D., & Pappas. (2013). The female perspective on family business successor commitment. *Journal of Family Business Management*, 3(1), 8-23.
- Pozza, E., & Messer, T. (2001). Spousal leadership and continuity in the family firm. *Family Business Review*, 14(1), 25-36.
- Remery, C., Matsier, I., & Floren, R. H. (2014). Successors in Dutch family businesses: gender differences. *Journal of Family Business Management*, 4(1), 79-91.
- Sharma, P., & Irving, P. G. (2005). Four bases of family business successor commitment: antecedents and consequence.
- dawEntrepreneurship: Theory and Practice, 29(1), 13-33.
- Simanjuntak, A. (2010). Prinsip-Prinsip Manajemen Bisnis Keluarga (Family Business) Dikaitkan Dengan Kedudukan Mandiri Perseroan Terbatas (PT). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 113-120.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A. B. (2007). The Jakarta Consulting Group on Family Business. Jakarta: The Jakarta Consulting Group.
- Thebaud, S. (2010). Gender and entrepreneurship as career choice: do self-assessments of ability matter. *Social Psychology Quarterly*, 73(3), 288-304.
- Vera, C. F., & Dean, M. A. (2005). An examination of the challenges daughters face in family business succession. *Family Business Review*, 18(4), 321-345.
- Walgito, B. (1990). Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Andi Offset.
- Walsh. (2011). Family Business Succession. KPMG Enterprise.