

PROSES MEMBANGUN KEPERCAYAAN ORANG TUA DI PERUSAHAAN SUPER RASA JAYA

Carlina Wijaya¹ dan Agustiono²

Universitas Ciputra

E-mail : cwijaya03@student.ciputra.ac.id¹ & agustiono@ciputra.ac.id²

Abstract: *This research study about how to build the trust of parents at "Super Rasa Jaya company" which is a family company that engaged in bakery industry. The type of this research is descriptive qualitative. Data collecting technique is by using interview and observations method. After gathering all the data needed then the authors will test the validity of the data by the method of member check through the interviews of 6 informants who are entrepreneurs. which are 4 of them have been a success leaders of the next generation for more than 5 years. The 2 others are the owners of Super Rasa Jaya company. The results of this study is that authors found the owners of Super Rasa Jaya company (head of the generation) haven't been able to trust the future generations yet. To gain that trust, the future generations must work very hard and also provide proof of their work to gain the trust of the head of the generation. The next generation should be able to demonstrate the ability to run and organize the company, be able to produce a variety of new products and improve the quality of production so that the trust of the head of the generation will be gained.*

Keywords: *trust, reliability, openness, competence, compassion*

Abstrak: Penelitian ini membahas mengenai cara membangun kepercayaan orang tua pada perusahaan Super Rasa Jaya. yang dimana perusahaan tersebut merupakan perusahaan keluarga yang bergerak di industri roti. Jenis dari penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode wawancara dan observasi. Setelah mengumpulkan semua data yang dibutuhkan, kemudian penulis akan melakukan uji keabsahan data dengan metode member check, melalui interview kepada 6 informan yang merupakan entrepreneur. Dimana 4 diantaranya sudah melakukan suksesi kepemimpinan terhadap generasi penerusnya selama lebih dari 5 tahun. Sedangkan, 2 diantaranya merupakan pemilik dari perusahaan Super Rasa Jaya. Hasil dari penelitian ini adalah ditemukannya bahwa pemilik (kepala generasi) dari perusahaan Super Rasa Jaya belum memiliki kepercayaan terhadap calon generasi penerus. Untuk mendapatkan kepercayaan itu, calon generasi penerus harus bekerja sangat keras dan juga memberikan pembuktian hasil pekerjaannya untuk mendapatkan kepercayaan dari kepala generasi. Calon generasi penerus harus bisa menunjukkan kemampuannya dalam mengelola dan menata perusahaan, serta mampu menghasilkan berbagai variasi produk baru dan meningkatkan kualitas produksi. Sehingga, kepercayaan dari kepala generasi pun akan timbul.

Kata Kunci : *kepercayaan, reliability, keterbukaan, kompetensi, compassion*

PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan audit asal Amerika Serikat, Price Waterhouse Cooper (PwC) melakukan survei mengenai bisnis keluarga di Indonesia pada tahun 2014. Dari hasil survei yang telah dilakukan, PwC menemukan lebih dari 95 persen perusahaan di Indonesia merupakan bisnis keluarga. Berdasarkan catatan PwC tersebut terdapat lebih dari 40 ribu orang kaya atau sekitar 0,2 persen dari total populasi yang menjalankan bisnis keluarga di Indonesia. Total kekayaan mereka mencapai Rp 134 triliun atau menguasai sekitar 25 persen produk domestik bruto (PDB) Indonesia.

Carlock dan Ward (dalam Erdem dan Atsan, 2015) menyatakan bahwa fondasi sistem perencanaan dan manajemen sebuah perusahaan adalah sebuah kepercayaan, sifat saling menghargai dan menciptakan

lingkungan yang penuh kepercayaan. Dengan demikian, maka perusahaan keluarga akan berjalan dengan baik, mulai dari perencanaan sistem mereka dan manajemen yang diterapkan. Menurut Perry dalam Christina *et al.* (2015) pengertian kepercayaan adalah salah satu hal yang menjadi kekuatan dalam bisnis keluarga. Perusahaan keluarga cenderung dinamis, dan pengambilan keputusan dalam perusahaan cepat dan tidak bertele-tele karena didasari oleh kepercayaan sebagai dasar untuk *survival*, serta mempunyai hubungan personal yang erat dengan seluruh karyawan dengan menabrak jenjang manajemen”.

Survey yang dilakukan oleh Price Waterhouse Cooper (PwC) tahun 2014 menghasilkan informasi mengenai profil sampel bisnis keluarga di Indonesia. Umur perusahaan keluarga yang dapat bertahan lebih dari 50 tahun sangat sedikit dan sangat sulit untuk melewati 4 generasi. Rencana pewarisan di dalam perusahaan keluarga terhadap generasi berikutnya lebih dari 50% yang merencanakan untuk mewariskan kepemilikan kepada generasi berikutnya namun melibatkan profesional. Dan sekitar 25% akan menyerahkan kepemilikan serta manajemen kepada generasi berikutnya.

Diperlukannya kerjasama antara kepala generasi dan generasi penerus dalam menjalankan perusahaan. Dukungan serta nilai kepercayaan (*trustworthiness*) dari generasi sebelumnya akan sangat membantu pengembangan perusahaan. Generasi penerus juga harus menunjukkan bahwa dirinya dapat dipercaya dan diandalkan dalam perusahaan. Untuk itu setiap perusahaan yang ingin melakukan suksesi sangat memerlukan nilai-nilai tersebut dalam mencapai keberhasilan. Begitu pula dengan perusahaan Super Rasa Jaya yang harus memiliki nilai-nilai tersebut untuk mencapai kesuksesan.

Perusahaan Super Rasa Jaya merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di industri makanan yang lebih khususnya dibidang *bakery*. Namun perusahaan Super Rasa Jaya juga bisa merangkap sebagai distributor makanan ringan maupun minuman-minuman. Perusahaan Super Rasa Jaya berdiri sejak tahun 1999. Sebelumnya perusahaan Super Rasa Jaya merupakan agen distributor dari perusahaan Ramayana Bakery. Namun, pada tahun 1999 perusahaan ini akhirnya memutuskan untuk membangun pabrik roti kelas menengah kebawah. Saat ini perusahaan Super Rasa Jaya masih dijalankan oleh generasi pertama. Jika dilihat dari umur perusahaan dan pemilik perusahaan, maka perusahaan ini akan diturunkan kepala generasi penerus.

Generasi penerus dari perusahaan Super Rasa Jaya melihat belum ada kepercayaan yang diberikan oleh generasi pertama dalam proses pengembangan perusahaan Super Rasa Jaya yang dilakukan oleh generasi penerus. Kepercayaan yang diberikan generasi pertama terhadap generasi penerus, itu akan sangat membantu generasi kedua lebih mudah dalam mengembangkan perusahaan. Kepercayaan itu akan membuat generasi penerus merasa nyaman dan juga akan semakin berjuang dan bersemangat dalam membantu pengembangan perusahaan Super Rasa Jaya Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui ekspektasi orang tua dalam membangun kepercayaan dengan generasi penerus didalam sebuah Bisnis Keluarga. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul “**Proses Membangun Kepercayaan Orang Tua di Perusahaan Super Rasa Jaya**”

LANDASAN TEORI

Kepercayaan

Menurut Ba dan Pavlou (dalam Setiawan, 2016) mendefinisikan kepercayaan merupakan penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu menurut harapan orang kepercayaannya dalam suatu lingkungan yang penuh ketidak-pastian. Kepercayaan merupakan sebuah keyakinan pihak tertentu dengan orang lain dalam melakukan sebuah hubungan pemberian kekuasaan terhadap orang tersebut di dalam bisnis keluarga yang didasarkan suatu keyakinan bahwa orang tersebut dipercaya akan melakukan kewajibannya dengan baik.

Bisnis Keluarga

Menurut Simanjuntak dan Indriani (2014) *Family Business* atau bisnis keluarga merupakan perusahaan yang dimiliki, dijalankan dan dikontrol oleh anggota keluarga. Keberadaan dari bisnis keluarga merupakan hal yang sangat penting demi pertumbuhan ekonomi disuatu negara. Walaupun Bisnis Keluarga terkadang juga dikelola oleh *professional* yang bukan merupakan anggota keluarga, namun *trust* keluarga tetap memiliki otoritas yang lebih tinggi dari non-anggota keluarga. Penempatan dua atau lebih anggota keluarga dalam tim

manajemen ditujukan untuk memastikan keputusan-keputusan strategik atau hal-hal yang dianggap penting tidak dapat luput dari pengawasan keluarga.

Terdapat 3 elemen utama dalam Bisnis Keluarga menurut Barrett (2014), yang mana ketiga elemen tersebut seringkali beririsan: ***Family (Keluarga), Business (Bisnis), dan Ownership (Kepemilikan)***. Keluarga dapat menjadi manajer bisnis sekaligus pemilik bisnis, tetapi terkadang pemilik bisnis dapat saja menempatkan anggota keluarga lainnya untuk menjadi manajer bisnis (misalnya dari turunan paman, bibi, atau keluarga istri/ suami anak), tanpa harus memiliki saham kepemilikan.

Kepercayaan didalam Bisnis Keluarga

Kepercayaan merupakan bagian dari sebuah usaha. Tanu (2015) menyatakan bahwa usaha yang dibangun oleh kepala generasi dan calon generasi penerus harus yakin bahwa sistem yang ada di perusahaan telah berjalan dengan layak. Dan inilah yang dikenal dengan *system trust*. Keyakinan bahwa sistem telah berjalan dengan layak dan baik pada tahap ini sangatlah penting. Perusahaan keluarga dituntut untuk memastikan siklus kepercayaan ini berjalan dengan baik agar terjadi harmonisasi didalam hubungan antara kepala generasi, calon generasi penerus dan perusahaan. Apabila tidak, maka dapat dipastikan bahwa perusahaan akan berada pada ambang kehancuran.

Mishra & Mishra (dalam Tanu, 2015) indikator-indikator dari kepercayaan sebagai berikut :

a. Reliability

Seseorang dikatakan reliable ketika berperilaku dalam cara yang seimbang dan konsisten serta bertanggung jawab dengan apa yang telah dikatakan dan dilakukannya. Melakukan sesuatu ketika kemauan itu muncul dan akan menunjukkannya bahwa hal tersebut dapat diandalkan. Reliability tidak hanya memerlukan kata-kata melainkan juga membutuhkan tindakan. Adanya ketidak konsistenan antara kata-kata dan tindakan menurunkan kepercayaan yang juga menyiratkan komitmen seseorang. Kepala generasi akan lebih mungkin untuk mempercayai calon generasi penerus yang reliable karena itu dapat mengurangi ketidakpastian akan perilaku calon generasi penerus.

b. Openness

Keterbukaan merupakan kemauan untuk jujur dan terbuka dalam suatu hubungan apapun. Individu akan lebih mau mempercayai perkataan seseorang apabila mereka yakin bahwa orang tersebut berkata jujur. Adanya keterbukaan antara kepala generasi dan calon generasi penerus akan mendorong calon generasi penerus untuk lebih terbuka. Kepala generasi yang *openness* akan selalu berbagi informasi dan jujur terhadap calon generasi penerus. Komunikasi yang jujur dan terbuka dapat mengurangi ketidakpastian dan ambiguitas karena membuat tujuan, agenda dan sasaran lebih transparan dan meyakinkan.

c. Competence

Pengalaman langsung dengan orang lain merupakan cara yang lebih meyakinkan untuk memperlihatkan kompetensi yang dimiliki. Calon generasi penerus harus menunjukkan kompetensi mereka melebihi harapan kinerja dan memberikan hasil yang mendukung tujuan dan sasaran strategi perusahaan. Calon generasi penerus akan lebih mungkin untuk merespon usaha yang dikembangkan oleh kepala generasi apabila mereka percaya bahwa kepala generasi memiliki pengetahuan dan kemampuan yang penting untuk mengasah bakat dan kekuatan mereka. Kepala generasi dikarakteristikan dengan bagaimana calon generasi penerus mempercayai mereka untuk membuat keputusan yang kompeten.

d. Compassion

Memiliki *compassion* terhadap orang lain berarti harus mau mengesampingkan kepentingan pribadi untuk bisa menjadi benar-benar empati terhadap orang lain. Hal ini berarti harus meletakkan kepentingan orang lain sama atau di atas kepentingan diri sendiri. *Compassion* memerlukan waktu yang lama untuk bisa ditunjukkan karena membutuhkan pemahaman atau empati terhadap kebutuhan dan kepentingan orang lain. *Compassion* dari kepala generasi juga dapat membangun hubungan positif dengan calon generasi penerus. Kepala generasi yang menunjukkan *compassion* akan lebih mungkin untuk meningkatkan hubungannya dengan calon generasi penerus. Seorang individu yang memiliki *compassion* terhadap orang lain berarti ia harus memiliki kemauan untuk mengatur kepedulian diri sehingga bisa benar-benar berempati terhadap orang lain.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai oleh peneliti adalah dengan wawancara. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah wawancara semi terstruktur, yaitu menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya (Sugiyono dalam Kong, 2014). Dari penggunaan teknik ini diharapkan penulis dapat menggali informasi yang lebih dalam dari narasumber. Metode analisis yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Menurut Moleong (dalam Simanjuntak dan Indriyani, 2014) tahap-tahap untuk menganalisis data yaitu, menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber kemudian mereduksi data dan membuat kategorisasi lalu melakukan pemeriksaan keabsahan data dan membuat penafsiran data. Penerapan dalam penelitian ini yaitu penulis akan menelaah seluruh data yang di terima oleh para informan, kemudian penulis akan membuat kategorisasi untuk memudahkan penulis dalam menelaah data. Setelah itu penulis akan memeriksa keabsahan data dari informan. Dan yang terakhir penulis akan menafsirkan data yang akan menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan pengumpulan berbagai informasi dari 6 narasumber yang dipilih sesuai dengan kriteria informan, peneliti menemukan informasi cara membangun kepercayaan orang tua yang meliputi *reliability*, *openness*, *competence*, dan *compassion*.

a. *Reliability*

Menurut Mishra & Mishra (dalam Tanu, 2015) seseorang dikatakan *reliable* ketika berperilaku dalam cara yang seimbang dan konsisten serta bertanggung jawab dengan apa yang telah dikatakan dan dilakukannya. *Reliability* tidak hanya memerlukan kata-kata melainkan juga membutuhkan tindakan. Adanya ketidak konsistenan antara kata-kata dan tindakan menurunkan kepercayaan yang juga menyiratkan komitmen seseorang. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, diketahui bahwa pada umumnya rata-rata kepala generasi menginginkan sifat *reliability* itu ditunjukkan melalui tindakan nyata untuk mendapatkan kepercayaannya. Dari hasil wawancara dengan informan dari berbagai perusahaan, mereka mengatakan bahwa sikap *reliability* dapat di buktikan dari pengalaman dan hasil pekerjaan yang telah dilakukan oleh generasi penerusnya. Mereka harus bisa membuktikan tanggung jawab atas pekerjaan yang mereka lakukan. Menurut Morgan dan Hunt (dalam Adji dan Samuel, 2014) mengkonseptualisasikan kepercayaan timbul ketika suatu kelompok memiliki keyakinan bahwa *partner* kerja memiliki *reliabilitas* dan integritas.

Pada perusahaan Super Rasa Jaya, kepala generasi juga menginginkan seperti halnya pada informan dari beberapa perusahaan. Kepala generasi Perusahaan Super Rasa Jaya menginginkan calon generasi penerusnya membuktikan tanggung jawabnya atas pekerjaannya. Saat ini calon generasi penerus dari perusahaan Super Rasa Jaya belum bisa membuktikan tanggung jawab dan sifat integritasnya terhadap perusahaan karena masih dalam tahap pembelajaran di tingkat universitas. Calon generasi penerus saat ini hanya mampu membuktikan sifat tanggung jawabnya dengan menyelesaikan pendidikannya dengan baik.

Cara membangun kepercayaan melalui sifat *reliability* tersebut bisa ditunjukkan dengan tindakan generasi penerus saat ini melalui penyelesaian kuliah dengan tepat waktu yang merupakan salah satu cara menunjukkan tanggung jawabnya terhadap orang tua. Kemudian setelah menyelesaikan pendidikannya, generasi penerus harus ikut terlibat di dalam perusahaan Super Rasa Jaya. Generasi penerus dari perusahaan Super Rasa Jaya harus mampu memberikan hasil yang memuaskan sesuai dengan kata-kata atau janji yang diberikan. Generasi penerus harus terus membuat inovasi dengan produk-produk baru yang berkualitas dan mencoba memasarkannya. Generasi penerus harus terjun langsung ke dalam perusahaan dan membantu terutama didalam bidang produksi setelah menyelesaikan pendidikannya.

b. *Openness*

Keterbukaan merupakan kemauan untuk jujur dan terbuka dalam suatu hubungan apapun. Individu akan lebih mau mempercayai perkataan seseorang apabila mereka yakin bahwa orang tersebut berkata jujur. Adanya keterbukaan antara kepala generasi dan calon generasi penerus akan mendorong calon generasi penerus untuk lebih terbuka (Mishra & Mishra (dalam Tanu, 2015)). Dari hasil wawancara dengan informan dari berbagai perusahaan, mereka mengatakan bahwa sikap *openness* atau keterbukaan akan terbentuk atau terjadi karena sikap orang tua terhadap anaknya. Anaknya akan mencontoh sikap orang tuanya dan menirukan apa yang orang tuanya lakukan. Para orang tua harus terbuka dengan sang anak, maka dengan begitu anakpun akan melakukan hal yang sama. Pada perusahaan Super Rasa Jaya, kepala generasi mengatakan bahwa ia mencontohkan bagaimana sikap jujur dan terbuka. Dengan hal itu diharapkan generasi penerusnya meniru tindakan-tindakan positif yang dilakukan oleh kepala generasi perusahaan Super Rasa Jaya. Saat ini kondisi di keluarga perusahaan Super Rasa Jaya hampir bisa dikatakan kurang dalam hal komunikasi antara kepala generasi dan calon generasi penerus. Hal ini dikarenakan kepala generasi sering menghindari pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan oleh generasi penerus. Oleh karena itu diperlukannya komunikasi yang lebih agar keterbukaan itu bisa terjadi.

Cara membangun kepercayaan melalui sifat *openness* tersebut bisa ditunjukkan dengan sering berkomunikasi berbagai hal. Kepala generasi juga harus lebih sering berkomunikasi dengan generasi penerus dan membimbing generasi penerus. Widodo (dalam Rahmawati, 2015) memberikan penjelasan mengenai keterbukaan yaitu salah satu sikap penting yang memiliki keterkaitan dengan bagaimana seseorang membangun relasi atau berkomunikasi dengan orang lain. Jika generasi penerus dan kepala generasi memiliki sikap keterbukaan, hal ini membuat mereka cenderung akan memiliki cara-cara berfikir yang lebih realistis dan dapat berkembang dengan baik. Kejujuran dan keterbukaan ini dapat ditunjukkan generasi penerus dengan cara menunjukkan yang perilaku kepada orang tua dengan melakukan hal-hal yang positif.

c. *Competence*

Menurut Mishra & Mishra (dalam Tanu, 2015) pengalaman langsung dengan orang lain merupakan cara yang lebih meyakinkan untuk memperlihatkan kompetensi yang dimiliki. Calon generasi penerus harus menunjukkan kompetensi mereka melebihi harapan kinerja dan memberikan hasil yang mendukung tujuan dan sasaran strategi perusahaan. Dari hasil wawancara dengan informan dari berbagai perusahaan, mereka mengatakan bahwa *competence* atau kompetensi generasi penerus ini akan terbentuk dengan sendirinya. Rata-rata dari kepala generasi menginginkan para generasi penerusnya memiliki kompetensi yang melebihi dari mereka. Menurut para informan, kompetensi yang dimiliki oleh generasi penerusnya terbentuk oleh pola asuh dari kepala generasinya. Jika generasi penerus dari kecil melihat kepala generasinya bekerja atau berwirausaha dan selalu ikut melihat serta membantu, maka kompetensi yang diharapkan orang tuapun akan menjadi kenyataan.

Pada perusahaan Super Rasa Jaya, kepala generasi mengatakan bahwa ia menginginkan generasi penerusnya menguasai pengetahuan di dalam perusahaan, terutama di bidang produksi. Saat ini generasi penerus dari perusahaan Super Rasa Jaya belum bisa menguasai bidang produksi tersebut. Terlebih lagi calon generasi penerus mengambil pendidikan di bidang manajemen. Menurut Atwood (dalam Subroto, 2016) kompetensi merupakan pengetahuan yang diperoleh dari pendidikan serta keterampilan yang dianggap sebagai sesuatu yang dapat menjalankan perusahaan keluarga.

Cara membangun kepercayaan melalui sifat *competence* tersebut bisa ditunjukkan dengan calon generasi penerus harus belajar lagi yang menyangkut dengan pembuatan roti. Generasi penerus dari perusahaan Super Rasa Jaya harus terus mengembangkan kompetensinya dan selalu berlatih agar kompetensinya semakin bertambah.

d. *Compassion*

Echols & Shadily (dalam Ramadhani dan Nurdibyanandaru, 2014) mengungkapkan *compassion* yang memiliki arti rasa belas kasih, rasa kasih sayang yang dirasakan apabila melihat orang menderita. Menurut Mishra & Mishra (dalam Tanu, 2015) memiliki *compassion* terhadap orang lain berarti harus mau mengesampingkan kepentingan pribadi untuk bisa menjadi benar-benar empati terhadap orang lain.

Dari hasil wawancara dengan informan dari berbagai perusahaan, mereka mengatakan bahwa mereka akan mengutamakan hal yang dirasa lebih penting. Mereka akan mengutamakan perusahaan jika perusahaan lebih membutuhkannya. Mereka tidak akan bersikap keras untuk mendahulukan kepentingan pribadinya. Setiap

kepentingan itu memiliki prioritasnya masing-masing, sehingga diperlukannya untuk melihat yang mana yang lebih mendesak dan harus segera tangani.

Pada perusahaan Super Rasa Jaya, kepala generasi mengatakan bahwa dua-duanya sama pentingnya. Generasi penerus harus bisa menyeimbangkan kepentingan pribadi dan kepentingan perusahaan. Saat ini generasi penerus dari perusahaan Super Rasa Jaya harus banyak belajar memilah yang mana yang lebih penting. Cara membangun kepercayaan melalui sifat *compassion* tersebut bisa ditunjukkan dengan generasi penerus dari perusahaan Super Rasa Jaya harus bisa menganalisa setiap masalah agar dapat memilah hal apa yang harus di prioritaskan

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Cara Membangun Kepercayaan Orang Tua di Perusahaan Super Rasa Jaya” yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa generasi penerus harus melakukan beberapa hal yang terbagi dalam beberapa indikator yaitu: **Reliability**, generasi penerus dari perusahaan Super Rasa Jaya harus mampu memberikan hasil yang memuaskan sesuai dengan kata-kata atau janji yang diberikan. Generasi penerus harus terus membuat inovasi dengan produk-produk baru yang berkualitas dan mencoba memasarkannya. Generasi penerus harus terjun langsung ke dalam perusahaan dan membantu terutama didalam bidang produksi setelah menyelesaikan pendidikannya. **Openness**, generasi penerus harus selalu jujur dan lebih sering berkomunikasi dengan kepala generasi mengenai kehidupan sehari-hari maupun pekerjaan yang telah dilakukan untuk memperlihatkan bukti apa saja yang telah dilakukan generasi penerus terhadap perusahaan. Kepala generasi juga harus lebih sering berkomunikasi dengan generasi penerus dan membimbing generasi penerus. Kejujuran dan keterbukaan ini dapat ditunjukkan generasi penerus dengan cara menunjukkan perilaku kepada orang tua dengan melakukan hal-hal yang positif.

Competence, dengan bantuan dan dukungan dari kepala generasi, kemampuan atau kompetensi itu akan terus berkembang. Generasi penerus dari perusahaan Super Rasa Jaya harus terus mengembangkan kompetensinya dan selalu berlatih agar kompetensinya semakin bertambah. **Compassion**, generasi penerus dari perusahaan Super Rasa Jaya harus bisa menganalisa setiap masalah agar dapat memilah hal apa yang harus di prioritaskan.

Saran

1. Saran Bagi Perusahaan

Peneliti menyarankan agar perusahaan Super Rasa Jaya saling memperhatikan antara generasi penerus perusahaan dan kepala generasi. Dengan adanya sikap saling mengerti dan peduli maka akan membuat perusahaan semakin berkembang. Kerja sama yang baik antara generasi penerus dan kepala generasi akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan. Pembuktian bahwa generasi penerus jujur, bertanggung jawab, berkompetensi serta bisa membedakan kepentingan mana yang harus didahulukan akan menunjang kepercayaan dari kepala generasi untuk menyerahkan bisnisnya kepada generasi penerus

2. Saran Bagi Penulis

Penelitian ini menyarankan peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian terkait mengenai cara membangun kepercayaan orang tua di sebuah perusahaan. Peneliti menyarankan penggunaan metode lain yaitu kuantitatif agar bisa lebih menggali dalam mengenai cara membangun kepercayaan orang tua di sebuah perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini yaitu penelitian ini tidak dapat di generalisasikan dengan penelitian lain. Penelitian ini membahas mengenai cara membangun kepercayaan orangtua di suatu perusahaan keluarga yang berada di pulau Lombok. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kemungkinan dapat menghasilkan kesimpulan yang berbeda dengan penggunaan metode kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, J. (2014). Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Pembelian di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-10.
- Barrett, M. (2014). Theories to define and understand family firms.
- Christina, C., Saputra, I. T. T., & Tjandrawibawa, P. (2016). Cognitive Trust di Dalam Bisnis Keluarga (Studi Kasus pada PT Dharma Samudera Fishing Industries, Tbk).

- CNN Indonesia. 2014. Survei PwC: 95 Persen Perusahaan di Indonesia adalah bisnis keluarga. Retrieved from <http://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20141202100356-92-15176/pwc-95-persen-perusahaan-indonesia-adalah-bisnis-keluarga/>
- Erdem, F., & Atsan, N. (2015). Trust Based Relationships between Family Members and Long-Term Employees of Family-Owned SMEs. *International Business Research*, 8(4), 223.
- Kong, W. (2015). Analisis Implementasi Etika Korporasi di PT X. *Agora*, 3(2), 52-59.
- Price Waterhouse Cooper (PWC). 2014. Survey BisnisKeluarga 2014. Retrieved from <http://www.pwc.com/id/en/publications/assets/indonesia-report-familybusiness-survey-2014.pdf>.
- Rahmawati, P. A. (2015). Hubungan Antara Kepercayaan dan Keterbukaan Diri Terhadap Porang Tua Dengan Perilaku Memaafkan Pada Remaja Yang Mengalami Keluarga Broken Home di SMKN 3 & SMKN 5 Samarinda.
- Ramadhani, F., & Nurdibyanandaru, D. (2014). Pengaruh Self-Compassion terhadap Kompetensi Emosi Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*, 3(03), 121.
- Setiawan, V. R. (2016). Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Luscious Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Performa*, 1(2), 136-143.
- Simanjuntak, P. A. (2014). Analisa Performa Pasca Suksesi Pada Perusahaan Keluarga Dalam Bidang Produksi ASBES. *Agora*, 2(2), 1319-1328.
- Subroto, A. P. G. (2016). Perencanaan suksesi pada perusahaan Keluarga IDEA Furniture & Design Interior. *Agora*, 4(2), 209-216.
- Tanu, N. Pengaruh Ikatan Keluarga Terhadap Keberhasilan Usaha Keluarga (Studi Kasus Toko Jam Jalan Surabaya Medan dan Sekitarnya).
- Wahjono, S. I. (2009). Suksesi dalam perusahaan keluarga. *Jurnal balance*, 3(1).