



Peranan Komunikasi Pada Proses Suksesi Di Perusahaan Keluarga di Sentra Batik Trusmi Cirebon

Abdurokhim^{1*}, Muhammad Khoirul Umam², Puteri Kamilla³

Politeknik Siber Cerdika Internasional, Indonesia

Email: abdurokhim@polteksci.ac.id, muhammad_khoirul@polteksci.ac.id,
puteri_kamilla@polteksci.ac.id

*Correspondence

ABSTRAK

Perekonomian terdiri dari dua faktor yang saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan. Bisnis keluarga adalah contoh perusahaan global sukses yang cukup luas dan terbilang. Pemisahan kendali perusahaan, bagaimanapun, bervariasi secara signifikan dari perusahaan keluarga ke perusahaan keluarga. Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis peranan komunikasi pada prosesi suksesi di perusahaan keluarga di sentra batik Trusmi Cirebon. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk penelitian ini. Berdasarkan temuan investigasi, komunikasi memegang peranan penting dalam proses suksesi bisnis keluarga batik Trusmi Cirebon karena sudah berlangsung sejak informan masih kecil. Semua anak terlibat dalam proses membuat batik selama bertahun-tahun, tidak hanya menjual tetapi juga berkembang menjadi pengrajin batik yang terampil, yang merupakan salah satu hal yang membantu generasi sebelumnya berhasil. Keahlian masing-masing penerus membuatnya lebih mudah bagi mereka untuk melanjutkan perusahaan batik masing-masing. Generasi yang sudah ada melakukan proses komunikasi dengan memberikan pendidikan, pelatihan, kesempatan untuk belajar mandiri, interaksi tatap muka, dan pertanggungjawaban atas tugas yang diselesaikan. Pesan-pesan kunci dalam proses suksesi diantaranya pengetahuan tentang nilai-nilai, menjalin hubungan (komunikasi) baik dengan seluruh karyawan, kesiapan generasi penerus untuk belajar dari mereka yang telah mendahului (pendampingan orang tua dan belajar dari karyawan yang berpengalaman), serta kesiapan mental (belajar dari kesalahan dan mengambil kepemilikan atas pekerjaan seseorang). Adanya dialog terbuka antara orang-orang sangat penting untuk mencegah kesalah pahaman antara orang tua dan anak. Hal ini dilakukan agar proses distribusi pendapatan berjalan lancar dan tidak ada konflik yang melibatkan orang tua, anak, atau saudara.

Kata Kunci: komunikasi, suksesi, perusahaan keluarga, sentra batik.

ABSTRACT

The economy consists of two factors that are interconnected and inseparable. Family businesses are examples of successful global companies that are quite extensive and distinguished. The separation of control of a company, however, varies significantly from family company to family company. The purpose of the study is to analyze the role of communicators in the succession procession in the exit company at the Trusmi Cirebon batik center. This research method uses a descriptive qualitative method for this study. Based on the findings of the investigation, communication plays an important role in the succession process of the Trusmi Cirebon batik family business because it has been going on since the informant was a child. All the children are involved in the process of making batik for many years, not only selling but also developing into skilled batik craftsmen, which is one of the things that helped the previous generation succeed. The expertise of each successor makes it easier for them to continue their respective batik companies. Existing generations carry out the communication process by providing education, training, opportunities for independent learning, face-to-face interaction, and accountability for tasks completed. The key messages in the succession process are the knowledge of values, establishing good relationships

(communication) with all employees, the readiness of the next generation to learn from those who have gone before them (parental assistance and learning from experienced employees), and mental readiness (learning from mistakes and taking ownership of one's work). The existence of an open dialogue between people is very important to prevent misunderstandings between parents and children. This is done so that the income distribution process runs smoothly and there are no conflicts involving parents, children, or siblings.

Keywords: *communication, succession, family company, batik center.*

PENDAHULUAN

Kemampuan untuk berkomunikasi sangat penting untuk hidup. Menurut kajian yang dilakukan oleh para ahli, terdapat berbagai definisi komunikasi, seperti proses pengiriman stimulus atau rangsangan dengan maksud untuk mengubah perilaku orang lain, proses pengolahan dan pengiriman simbol untuk membentuk makna atau reaksi batin dalam diri komunikan yang sejalan dengan tujuan komunikator, dan pertukaran informasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih guna membentuk pemahaman yang mendalam (Gramatnikovski et al., 2015). Pemenuhan kebutuhan manusia sangat penting karena masalah komunikasi akan selalu muncul. Tampaknya sulit untuk menjalani kehidupan yang hebat tanpa terlibat dengan orang lain. Komunikasi adalah "darah sebagai sumber kehidupan" dari setiap organisasi dan kunci sukses baik dalam kehidupan profesional maupun pribadi seseorang. Komunikasi dengan pasar adalah prasyarat utama bagi setiap produsen yang memproduksi barang dalam skala luas untuk memanfaatkan ketidaktahuan konsumen. Setiap pengusaha yang ingin mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya dan melihatnya berkembang sangat perlu menerapkan komunikasi pasar (Shella & Sari, 2019).

Selain bidang lain dari keberadaan manusia, bisnis dan sektor ekonomi membutuhkan komunikasi. Pemilik bisnis dituntut untuk dapat memantapkan dan mempertahankan posisinya di antara banyaknya pesaing mengingat kondisi ekonomi yang kompetitif di sektor bisnis global. Seorang pemilik bisnis yang tidak mampu mempertahankan status sosialnya pada akhirnya akan kehilangan daya saing dan keluar dari bisnis (Ramadhan, 2020). Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu mendapatkan klien agar perusahaan tetap berjalan, sejalan dengan pertumbuhan dan perubahan ekonomi yang cepat, dan melakukan kegiatan bisnis, pengusaha memerlukan metode dan konsep komunikasi yang benar.

Perekonomian terdiri dari dua faktor yang saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan. Bisnis keluarga adalah contoh perusahaan global sukses yang cukup luas dan terbilang. Hal ini disebabkan hierarki organisasi yang dikelola dan dioperasikan oleh anggota keluarga yang biasanya menempati posisi penting. Pemisahan kendali perusahaan, bagaimanapun, bervariasi secara signifikan dari perusahaan keluarga ke perusahaan keluarga (Haag et al., 2006). Struktur organisasi, yang menentukan apakah posisi utama dalam perusahaan dikendalikan oleh satu, beberapa, atau banyak orang, dan suksesi dari satu orang, bagaimanapun, memungkinkan identifikasi pola kontrol divisi yang berbeda. tahap ke tahap bisnis keluarga, tergantung pada berbagai variabel.

Menurut (Poza, E., & Daugherty, 2014) Republik Rakyat Tiongkok (Tiongkok), Amerika Serikat, dan India saat ini merupakan tiga ekonomi teratas di dunia, dengan India, salah satu negara di Asia Tenggara, menempati peringkat lima besar (Saragih, 2018). Pada tahun 2050, Indonesia dapat melampaui mereka semua untuk menjadi ekonomi terbesar keempat di dunia. Memikirkan tentang Dalam hal ini, sebuah studi mengklaim bahwa lebih dari 95% perusahaan Indonesia dimiliki oleh keluarga, dan kehadiran bisnis keluarga di Indonesia berdampak pada Produk Domestik Bruto (PDB) negara sekitar 25%. (2014) Harga Waterhouse Cooper.

Ada berbagai situasi komunikasi yang terjadi dalam kelanjutan bisnis keluarga. Pentingnya komunikasi interpersonal adalah salah satu yang tertinggi. Komunikasi interpersonal dyadic atau triadic dimungkinkan. Sementara komunikasi antarpribadi triadik terjadi antara tiga orang, komunikasi antarpribadi diadik terjadi antara dua orang. Keanean Keberadaan hubungan interpersonal sangat penting untuk sukses bisnis keluarga karena memfasilitasi komunikasi interpersonal (Dian, 2011). Komunikasi interpersonal termasuk koneksi pribadi melibatkan komunikasi satu sama lain sambil berusaha untuk memenuhi kebutuhan individu masing-masing. Kedekatan interpersonal juga akan berdampak pada komunikasi; saat komunikator menjadi lebih akrab dan akrab, batasan di antara mereka juga akan menjadi lebih sempit (Ramadhan, 2020).

Pengamatan menunjukkan bahwa Batik Trusmi telah ada sejak abad ke-14 dan terus digunakan sampai sekarang, seiring dengan sejumlah kemajuan terkait (Batik Foundation, 2014). Sentra usaha Trusmi Batik Center telah berkembang setidaknya selama sepuluh tahun terakhir. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Cirebon melaporkan pada tahun 2014 terdapat 420 unit usaha dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 4.462 orang. Jumlah ini meningkat pada tahun berikutnya. Penelitian ini mengkaji fungsi komunikasi dalam proses sukses pada bisnis keluarga di sentra batik Trusmi Cirebon berdasarkan konteks kesulitan yang telah dikemukakan. Kontribusi teoretis studi ini pada bidang komunikasi yang berkaitan dengan perusahaan keluarga diharapkan, serta penerapannya, terutama dalam hal menasihati pemangku kepentingan perusahaan keluarga tentang nilai komunikasi selama proses sukses.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai "Peranan Komunikasi pada Proses Sukses di Perusahaan Keluarga di Sentra Batik Trusmi Cirebon", terdapat dua penelitian terdahulu yang relevan. Pertama, penelitian Hadi & Mustamu (2016) berjudul "Analisis Proses Sukses pada Perusahaan Keluarga di Bidang Industri Makanan Ringan", yang membahas proses sukses bisnis keluarga dalam industri makanan ringan. Penelitian tersebut menemukan bahwa keberhasilan sukses bergantung pada perencanaan yang matang, pelibatan generasi penerus sejak dini, serta pembelajaran nilai-nilai bisnis keluarga. Kedua, penelitian Ramadhan (2020) berjudul "Succession Process Model pada Bisnis Keluarga (Studi pada CV. Bachman)", yang meneliti model sukses dalam bisnis keluarga di sektor perdagangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses sukses yang efektif melibatkan mentor dari generasi sebelumnya, pengalaman langsung dalam bisnis, serta kesiapan mental dari generasi penerus.

Perbedaan utama antara penelitian ini dengan kedua penelitian terdahulu adalah pada objek kajian dan fokus penelitian. Jika penelitian Hadi & Mustamu (2016) membahas industri makanan ringan dan Ramadhan (2020) meneliti perusahaan dagang, penelitian ini lebih spesifik pada industri batik di Sentra Batik Trusmi Cirebon. Selain itu, penelitian ini menitikberatkan pada peran komunikasi dalam sukses bisnis keluarga, berbeda dari penelitian terdahulu yang lebih menyoroti tahapan dan model sukses secara umum.

Novelty dalam penelitian ini terletak pada integrasi aspek komunikasi dalam sukses bisnis keluarga di sektor batik, yang melibatkan interaksi tatap muka, pelatihan, mentoring dari orang tua, serta keterlibatan generasi penerus sejak dini dalam membuat. Selain itu, penelitian ini juga memperhatikan nilai budaya dalam bisnis keluarga batik, yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya. Hal ini menjadikan penelitian ini lebih kontekstual dalam memahami keberlanjutan bisnis batik keluarga di Trusmi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran komunikasi dalam proses sukses pada perusahaan keluarga di Sentra Batik Trusmi Cirebon, dengan fokus pada bagaimana komunikasi antar generasi, pelatihan, dan mentoring membantu kelangsungan dan perkembangan bisnis batik keluarga. Adapun manfaat penelitian ini adalah memberikan wawasan tentang pentingnya komunikasi dalam

menjaga kelangsungan perusahaan keluarga, serta memberikan kontribusi praktis bagi pengusaha batik dalam mengelola proses suksesi yang efektif, serta memperkaya literatur terkait suksesi dalam bisnis keluarga di sektor industri kreatif, khususnya batik.

METODE

Desain penelitian kualitatif deskriptif untuk penelitian ini. Menurut (Sugiyono, 2016) penelitian deskriptif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk memberikan gambaran atau analisis terhadap suatu hasil penelitian, tetapi tidak untuk menarik kesimpulan yang lebih umum. Menurut definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa penelitian deskriptif menggunakan metodologi yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran tentang skenario atau kejadian yang sebenarnya. Dengan memanfaatkan fakta atau data yang sudah tersedia, penelitian ini berusaha menggambarkan skenario yang sebenarnya. Informasi tersebut kemudian diperiksa, diproses kembali, dan diproses lebih lanjut untuk menarik kesimpulan atas situasi yang diselidiki. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran komunikasi dalam transisi kepemimpinan di fasilitas batik Trusmi Cirebon.

Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur. Wawancara ini termasuk dalam genre wawancara mendalam, dan pelaksanaannya lebih mudah beradaptasi daripada wawancara terorganisir. (Sugiyono, 2015). Wawancara mendalam adalah salah satu metode untuk mengumpulkan data kualitatif yang menggunakan pertanyaan terbuka dan penyelidikan informasi menyeluruh. (Iskandar, 2009). Wawancara ini dilakukan antara responden (sumber) dan pewawancara yang kompeten. Menurut Afrizal (2015) tahapan analisis data adalah sebagai berikut: Reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/ Verifikasi.

Pendekatan triangulasi adalah salah satu yang digunakan dalam penelitian ini untuk memeriksa keakuratan data. Memanfaatkan dua atau lebih sumber untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang suatu topik yang diteliti dikenal dengan teknik triangulasi (Sugiyono, 2016). Peneliti menggunakan narasumber untuk memverifikasi informasi yang mereka kumpulkan dari spesialis bisnis keluarga, perusahaan keluarga batik Trusmi Cirebon dan sumber lainnya. Sedangkan teknik dependabilitas digunakan dalam uji reliabilitas penelitian ini. Hal ini dilakukan dengan melacak studi proses dengan memeriksa koherensi tanggapan informan selama proses pengumpulan data. Metode ketergantungan didasarkan pada konsep replikasi dan pengulangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan bahwa batik Trusmi mengalami perubahan sejak tahun 1950-an. saat koperasi Batik Trusmi berdiri. Pak Masinah, orang tua pemilik Batik Ninik Ichsan, adalah salah satu pendiri Koperasi Batik Trusmi. Ia mengungkapkan, seperti organisasi kepemudaan sekarang, Masinah sering melatih anggota muda komunitas Trusmi dulu. Kontribusinya pada pendirian Koperasi Batik Trusmi tahun 1940-an adalah salah satunya koperasi. Sumber lain mengklaim, Rukadi yang memimpin Asosiasi dan Pengusaha Batik Kota Cirebon pada 2016 menjadi alasan mengapa Trusmi dikenal tidak hanya di daerah tetapi juga internasional karena kompetensi daerahnya dalam membuat batik. Meskipun terkenal, Cirebon pada saat itu memiliki pengaruh yang signifikan dalam penjualan batik Trusmi dengan menjual batik dengan keturunan Cina. Industri batik Trusmi tidak benar-benar lepas landas hingga tahun 1970-an. Beberapa informan penelitian juga mulai membuat batik pada tahun 1970-an. Desa Trusmi, Kecamatan Plered, Kabupaten Cirebon yang dahulu dikenal sebagai sentra Batik Trusmi, kini banyak dikenal masyarakat sebagai sentra batik. Pada tahun 2009, tepatnya 14 tahun yang lalu, keadaannya sangat berbeda. Hanya sedikit orang yang mengetahui atau memahami nilai batik dengan ciri khas Cirebon. Dalam beberapa tahun terakhir, semakin banyak orang mulai membangun ruang pameran, beberapa di antaranya cukup besar.

Setiap pemilik usaha batik (pengrajin) yang anak-anaknya mengadakan usaha batik, semakin banyak di Trusmi, termasuk yang disebut Batik Ninik Masinah, adalah hasil dari keadaan lingkungan alam sejak dulu. Sehingga batik diproduksi oleh setiap keluarga di Trusmi yang memiliki perusahaan batik. sebagai contoh, keluarga Alm. Enam (enam) dari delapan (delapan) anak Masinah yang bekerja sebagai pembatik masih berada di ladang. kata Susilo dalam sebuah wawancara.

Seperti yang terjadi pada Batik Masinah ketika pemiliknya masih hidup, semua anak mereka berperan aktif mendukung usaha orang tua mereka ketika mereka tidak dapat menjalankan tugas rutin mereka. Saat itu, seluruh generasi berikutnya, atau 8 (delapan) bersaudara, menjalankan Batik Masinah. Bahkan setelah Bapak H. Masinah meninggal dunia, semua anaknya tetap memproduksi batik. Hanya saja Batik Masinah akhirnya ditutup karena bertentangan dengan adat setempat yang menggunakan nama induk sebagai merek dagang atau nama perusahaan. Keturunan mereka meluncurkan perusahaan batik mereka sendiri setelah Batik Masinah ditutup.

Dengan setiap generasi penerus memulai bisnis, potensi kecemburuan antar keluarga akan hilang. Perusahaan Masnedi Batik, Ninik Ichsan Batik, Putri Batik, Anggon Batik, Budi Batik, dan Lia Batik diluncurkan oleh penerus Pak Masnanah. Semuanya masih ada; Namun, batik Anggon telah diangkut ke Pekalongan di mana ia sekarang berbisnis. Meski memiliki induk yang sama dengan keenam batik tersebut, masing-masing memiliki keunggulan dan kualitas tersendiri. Keluarga H. Masinah terus memproduksi batik tulis tangan yang indah sesuai dengan teknik Batik Trusmi yang bersejarah. Peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa hubungan dalam keluarga pembatik di Masinah Batik berjalan sangat baik, bahkan selama proses suksesi. Hal ini karena mereka tidak dipilih oleh leluhurnya, sehingga mereka membangun usahanya secara mandiri dan berkolaborasi untuk saling mengembangkan.

Generasi yang lebih tua biasanya mengawasi proses suksesi, yang memerlukan pengalihan wewenang dan tanggung jawab kepada generasi berikutnya, untuk menjaga kelangsungan bisnis keluarga (Grytsaieva & Strandberg, 2016). Suksesi merupakan proses peralihan kepemimpinan dan kekuasaan yang dilakukan dalam beberapa proses untuk menjamin keberlanjutan perusahaan dari generasi ke generasi (V.A.R.Barao et al., 2022). Dapat ditarik kesimpulan bahwa suksesi kepemimpinan terjadi dengan adanya tahapan-tahapan yang berkesinambungan dan tidak dapat dipindahtanggankan secara langsung dari generasi senior berdasarkan hasil wawancara. Informan Batik Masinah generasi penerus mengklaim bahwa proses suksesi telah dilakukan sejak informan masih muda. Semua anak terlibat dalam proses membatik selama bertahun-tahun, tidak hanya menjual tetapi juga berkembang menjadi pengrajin batik yang terampil, yang merupakan salah satu hal yang membantu generasi sebelumnya berhasil. Keahlian masing-masing penerus membuatnya lebih mudah bagi mereka untuk melanjutkan perusahaan batik masing-masing. Setelah mempelajari materi dan mendapatkan "pelatihan" yang bermanfaat dari orang tua mereka dan pekerja yang lebih berpengalaman, mereka mulai mengambil bagian dalam pertemuan terkait perusahaan setelah membantu perusahaan sepulang sekolah atau selama istirahat dari kuliah.

Komunikasi sangat penting selama tahap ini karena memungkinkan penangkapan pengetahuan yang disalurkan secara efektif. Selain orang tua yang menjadi pemilik, komunikator yang memberikan pengetahuan melakukannya dengan hati-hati, memastikan bahwa penerus menerima pengetahuan langsung dari pekerja yang berwenang di bidangnya (Afifah, I., & Sopiany, 2017). Pilihan komunikator dibuat untuk memastikan bahwa penerus mendapatkan informasi yang diperlukan untuk mengoperasikan bisnis ketika saatnya tiba. lalu ada pertemuan Selain itu, komunikasi adalah bagian dari prosesnya (Kusuma & Mandiri, 2020). Para penerus awalnya hanya ditanya, Penggantinya pertama-tama hanya diinstruksikan untuk mendengarkan selama perkenalan dalam rapat. Penerus kemudian diberi kesempatan untuk berkomunikasi dalam rapat setelah mereka memiliki pemahaman

yang lebih baik tentang bagaimana operasi bisnis dilakukan, misalnya saat menegosiasikan pasokan barang dengan pemasok.

Menurut Leach, P., & Pedder (2011) rencana suksesi untuk bisnis keluarga dibuat tergantung pada sejumlah faktor. Menurut temuan wawancara, proses suksesi pada saat itu terjadi secara spontan tanpa rencana atau proses yang jelas, namun berjalan efektif karena 6 (enam) dari 8 (delapan) anak mereka menjalaninya. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, Batik Masinah juga mempraktekkan membatik di Trusmi, salah satunya yang kini dilanggengkan oleh Batik Ninik Ichsan. Kedua praktik tersebut telah diturunkan dari generasi ke generasi. Menurut Hj. Ninik, ia merasa terdorong untuk mempertahankan budaya nenek moyangnya di Trusmi dan cita-cita yang ditanamkan oleh orang tuanya bukan karena unsur yang diatur oleh orang tuanya karena tidak ada paksaan.

Ninik Masinah terpilih sebagai salah satu dari enam suksesor berdasarkan wawancara yang dilakukan selain proses perencanaan suksesi. Dia mengklarifikasi bahwa orang tuanya tidak menekannya untuk tetap menjalankan usaha batiknya. Fakta bahwa anak laki-laki dan perempuan melanjutkan bisnis keluarga menghilangkan kecenderungan untuk membuat keputusan berdasarkan gender. Selain itu, tidak ada peluang bagi orang luar untuk berhasil karena generasi saat ini harus bersikeras agar keturunan mereka meneruskan tradisi jika mereka mampu melakukannya, dan jika tidak mampu, mereka harus melakukannya sendiri.

Semua anak terlibat dalam proses membatik selama bertahun-tahun, tidak hanya menjual tetapi juga berkembang menjadi pengrajin batik yang terampil, yang merupakan salah satu hal yang membantu generasi sebelumnya berhasil. Pengetahuan masing-masing penerus memudahkan mereka untuk melanjutkan perusahaan batik masing-masing. Penelitian yang dilakukan oleh (Hadi & Mustamu, 2016) Kedua generasi memberikan pendidikan, pelatihan, kesempatan untuk belajar mandiri, interaksi tatap muka, dan pertanggungjawaban atas tugas yang diselesaikan. Pesan-pesan kunci dalam proses suksesi adalah: Kesadaran nilai, membangun hubungan positif dengan semua rekan kerja, kesiapan generasi berikutnya untuk belajar dari mereka yang datang sebelum mereka (membantu orang tua dan menerima saran dari pekerja berpengalaman), dan kesiapan mental (belajar dari kesalahan dan bertanggung jawab atas pekerjaan seseorang) adalah semua penting. Orang tua menanamkan kepada anaknya pentingnya mengingat usaha orang tuanya sebagai pendiri dan pentingnya tidak berusaha memanfaatkan apa yang telah diciptakan oleh orang tuanya.

Generasi tua menanamkan semangat juang dan kemampuan untuk tumbuh sehingga kemandirian berkembang dalam diri mereka kepada generasi muda juga. Beginilah cara kerja komunikasi. Karena masalah bagaimana membagi aset selalu menjadi masalah yang sensitif dalam keluarga, dialog terbuka antara orang-orang sangat penting untuk mencegah kesalahpahaman antara orang tua dan anak. Hal ini dilakukan agar proses distribusi pendapatan berjalan lancar dan tidak ada konflik yang melibatkan orang tua, anak, atau saudara.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, peranan komunikasi dalam proses suksesi di perusahaan keluarga Batik Trusmi adalah, proses suksesi telah dilakukan sejak informan masih muda. Salah satu yang menjadi faktor berjalanya suksesi pada generasi sebelumnya adalah karena semua anak dilibatkan dalam proses batik selama bertahun – tahun bukan hanya terlibat dalam jualan tetapi juga ikut menjadi pengrajin batik dengan keahlian batik. Keahlian yang telah dimiliki oleh setiap suksesor menjadikan mereka lebih mudah untuk melanjutkan usaha batik mereka masing – masing. Generasi yang sudah ada melakukan proses komunikasi dengan memberikan pendidikan, pelatihan, kesempatan untuk belajar mandiri, interaksi tatap muka, dan pertanggungjawaban atas tugas yang diselesaikan. Hal-hal penting yang dapat diambil dari proses suksesi adalah pengetahuan tentang nilai-nilai, membangun

Abdurokhim¹, Muhammad Khoirul Umam², Puteri Kamilla³

Peranan Komunikasi Pada Proses Suksesi Di Perusahaan Keluarga di Sentra Batik Trusmi Cirebon

hubungan yang kuat (melalui komunikasi) dengan seluruh karyawan, kesiapan generasi berikutnya untuk belajar dari generasi sebelumnya (melalui bimbingan orang tua dan pembelajaran dari karyawan berpengalaman), serta kesiapan mental. (Belajar dari kesalahan dan menerima tanggung jawab atas pekerjaan seseorang). Untuk menghindari kesalahpahaman antara orang tua dan anak, komunikasi terbuka antar individu sangat penting. Hal ini dilakukan untuk menghindari perselisihan yang melibatkan orang tua, anak, atau saudara kandung, serta memastikan prosedur pembagian pendapatan berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, I., & Sopiany, H. M. (2017). *Family Business*. 87(1,2), 149–200.
- Afrizal. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Batik Foundation. (2014). *Sejarah Batik Trusmi Cirebon*. Batik Foundation.
- Dian, W. (2011). Universitas Kristen Petra Surabaya. *Dimensi Interior*, 8(1), 44–51.
- Gramatnikovski, S., Stoilkovska, A., & Serafimovic, G. (2015). Business Communication in Function of Improving the Organizational Culture of the Company. *UTMS Journal of Economics*, 6(2), 267–279.
- Grytsaieva, T., & Strandberg, J. (2016). *Communication in family businesses Relationships between family and non- family managers*.
- Haag, K., Helin, J., & Melin, L. (2006). *Succession in Family Business : Communication practices and the role of power*. January, 1–29.
- Hadi, F. S., & Mustamu, R. H. (2016). Analisis Proses Suksesi pada Perusahaan Keluarga di Bidang Industri Makanan Ringan. *Agora*, 4(2), 83–88.
- Iskandar. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. GP. PRESS.
- Kusuma, G. R., & Mandiri, P. (2020). *KETERLIBATAN EMOSI SEBAGAI DASAR SUKSESI : STUDI PADA*. 35(1), 26–41.
- Leach, P., & Pedder, R. (2011). *Family Businesses: The Essentials*. Profile Books.
- Poza, E., & Daugherty, M. (2014). *Family Business. Fourth Edition*. Boston: Cengage Learnin.
- Ramadhan, M. F. (2020). Succession Process Model Pada Bisnis Keluarga (Studi Pada Cv.Bachman). *EProceedings of Management*, 7(2), 3596–3606.
- Shella, S., & Sari, W. P. (2019). Komunikasi Bisnis Dalam Usaha Keluarga Etnis Tionghoa. *Prologia*, 3(1), 261. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6249>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, & J.G.S.Souza. (2022). Peran Komunikasi Dalam Suksesi Perusahaan Keluarga. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.

Abdurokhim¹, Muhammad Khoirul Umam², Puteri Kamilla³

Peranan Komunikasi Pada Proses Suksesi Di Perusahaan Keluarga di Sentra Batik Trusmi Cirebon



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).