

Innovation and Networking as a Succession Strategy for the JNC Cookies Family Bussines

Inovasi Dan Networking sebagai Strategi Suksesi Family Bussines JNC Cookies

Galih Putra Wardana¹, Aldy Yonanda², Feby Restu Rachmariandre³, Aris Tri Saputra⁴, Rifdah Abadiyah⁵

^{1, 2, 3, 4, 5} Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Email Penulis Korespondensi: rifdahabadiyah@umsida.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze the family business succession strategy at JNC Cookies through the application of innovation and networking to ensure business sustainability. Family businesses play a vital role in the economy but often face challenges during the intergenerational leadership transition process. This study employs a descriptive qualitative method, using data collection techniques such as observation and in-depth interviews with the business owner, the next generation, and the management of JNC Cookies. The results indicate that product and marketing innovation are key factors in enhancing the company's competitiveness. JNC Cookies drives innovation through the development of new flavor variants, attractive and eco-friendly packaging designs, and the use of digital media as a promotional tool. Furthermore, the network built with suppliers, resellers, distributors, and other business partners has proven effective in expanding the market and maintaining business stability. A succession strategy that actively involves the next generation also helps the company sustain the family business amid increasingly competitive conditions in the food industry. Thus, the combination of succession strategy, innovation, and networking is a critical factor in ensuring the long-term sustainability of JNC Cookies.*

Keywords: *family business succession, innovation, networking, business sustainability, JNC Cookies*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi suksesi bisnis keluarga pada JNC Cookies melalui penerapan inovasi dan networking dalam menjaga keberlanjutan usaha. Bisnis keluarga memiliki peran penting dalam perekonomian, namun sering menghadapi tantangan pada proses pergantian kepemimpinan antar generasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam kepada pemilik usaha, generasi penerus, dan manajemen JNC Cookies. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dan pemasaran menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing perusahaan. JNC Cookies melakukan inovasi melalui pengembangan varian rasa baru, desain kemasan yang menarik dan ramah lingkungan, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Selain itu, networking yang dibangun dengan pemasok, reseller, distributor, dan mitra bisnis lainnya terbukti mampu memperluas pasar dan menjaga stabilitas usaha. Strategi suksesi yang melibatkan generasi penerus secara aktif juga membantu perusahaan mempertahankan keberlanjutan bisnis keluarga di tengah persaingan industri makanan yang semakin kompetitif. Dengan demikian, kombinasi antara strategi suksesi, inovasi, dan networking menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha JNC Cookies dalam jangka panjang. .

Kata Kunci: Suksesi bisnis keluarga, inovasi, networking, keberlanjutan usaha, JNC Cookies

I. PENDAHULUAN

Bisnis keluarga merupakan salah satu bentuk usaha yang mendominasi sektor UMKM di Indonesia dan memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional[1]. Bisnis keluarga juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat[2]. Namun, banyak bisnis keluarga mengalami kegagalan dalam mempertahankan usaha akibat lemahnya proses suksesi antar generasi[3]. Bisnis keluarga tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi[2]. Namun, keberlanjutan bisnis keluarga sering kali menghadapi berbagai tantangan, terutama pada proses suksesi atau pergantian kepemimpinan antar generasi[3].

Perkembangan industri cookies di dunia saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat seiring

perubahan gaya hidup masyarakat modern. Cookies tidak lagi hanya dianggap sebagai makanan ringan biasa, tetapi telah menjadi bagian dari tren konsumsi global yang dipengaruhi oleh media sosial, inovasi produk, serta perkembangan teknologi digital. Masyarakat modern cenderung memilih makanan praktis dan siap konsumsi karena aktivitas yang semakin padat. Hal ini menyebabkan permintaan terhadap produk cookies terus meningkat di berbagai negara. Menurut laporan pasar global, industri cookies diperkirakan terus mengalami pertumbuhan karena tingginya minat konsumen terhadap makanan ringan yang mudah dikonsumsi dan memiliki banyak variasi rasa[4].

Suksesi bisnis keluarga merupakan proses pengalihan kepemimpinan dan tanggung jawab usaha kepada generasi penerus[5]. Perencanaan suksesi yang tidak tepat dapat menghambat keberlanjutan usaha keluarga dalam jangka panjang[3]. Oleh karena itu, keterlibatan generasi penerus sejak dini menjadi salah satu strategi penting dalam menjaga keberhasilan bisnis keluarga[5].

Selain proses suksesi, inovasi juga menjadi faktor utama dalam mempertahankan keberlangsungan usaha keluarga[6]. Inovasi dapat dilakukan melalui pengembangan produk, peningkatan kualitas pelayanan, dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran[7]. Bisnis keluarga yang mampu beradaptasi dengan perubahan pasar cenderung lebih mudah bertahan dalam persaingan usaha[8].

Networking atau jaringan bisnis juga memiliki peran penting dalam pengembangan usaha keluarga[7]. Networking membantu pelaku usaha memperoleh peluang kerja sama, memperluas pasar, dan meningkatkan loyalitas pelanggan[7]. Dengan adanya networking yang baik, bisnis keluarga dapat memperkuat posisi usaha di tengah persaingan pasar[9].

Pada penelitian terkait Family business succession and innovation: a systematic literature review, hasilnya menunjukkan bahwa strategi suksesi yang direncanakan dengan baik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha keluarga. Hal ini dilihat dari indikator yang digunakan dalam penelitian, yaitu perencanaan suksesi formal, keterlibatan generasi penerus dalam proses manajerial, serta kapasitas inovasi berupa pengembangan produk baru dan adopsi teknologi. Semakin tinggi dorongan inovasi yang dilakukan oleh generasi penerus dalam proses suksesi, maka semakin besar peluang bisnis keluarga untuk bertahan menghadapi persaingan. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa kombinasi antara suksesi dan inovasi dapat membantu bisnis keluarga meningkatkan daya saing dan menjaga keberlanjutan usaha[10].

Sedangkan pada penelitian lain berjudul Toward an Understanding of Family Business Sustainability: A Network-Based Systematic Review, menyatakan tidak berpengaruh positif signifikan penelitian ini menekankan bahwa keberlanjutan usaha lebih banyak ditentukan oleh jejaring internal keluarga, hubungan emosional antar anggota, serta kepercayaan dalam pengambilan keputusan. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada kualitas komunikasi internal dan kekuatan relasi keluarga yang mampu menjaga stabilitas usaha. Semakin tinggi tingkat kepercayaan dan keterikatan emosional dalam keluarga, maka semakin kuat pula keberlanjutan bisnis, meskipun inovasi produk tidak menjadi faktor utama. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa networking internal lebih dominan dibandingkan inovasi eksternal dalam menjaga keberlanjutan usaha[11].

Adanya celah penelitian dan Inkonsistensi hasil pada penelitian penelitian sebelumnya mendorong penulis mengangkat judul Strategi suksesi Bisnis keluarga pada JNC Cookies dengan Inovasi dan Networking untuk menjaga keberlanjutan usaha.

Rumusan Masalah:

1. Apakah Inovasi berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha?
2. Apakah Networking berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha?
3. Apakah Inovasi dan Networking berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha?

Pertanyaan Penelitian:

Bagaimana Inovasi dan Networking dapat mempengaruhi keberlanjutan usaha.

Tujuan Penelitian:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi suksesi bisnis keluarga yang diterapkan pada JNC Cookies dalam menjaga keberlanjutan usaha. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis peran inovasi dalam meningkatkan daya saing dan perkembangan usaha JNC Cookies di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui peran networking atau jaringan bisnis dalam mendukung keberlanjutan usaha melalui hubungan dengan pelanggan, pemasok, dan mitra usaha. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berbagai kendala yang dihadapi dalam proses suksesi bisnis keluarga pada JNC Cookies. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai bagaimana strategi suksesi, inovasi, dan networking dapat diterapkan untuk menjaga keberlanjutan usaha keluarga pada JNC Cookies dalam jangka panjang.

II. KAJIAN PUSTAKA

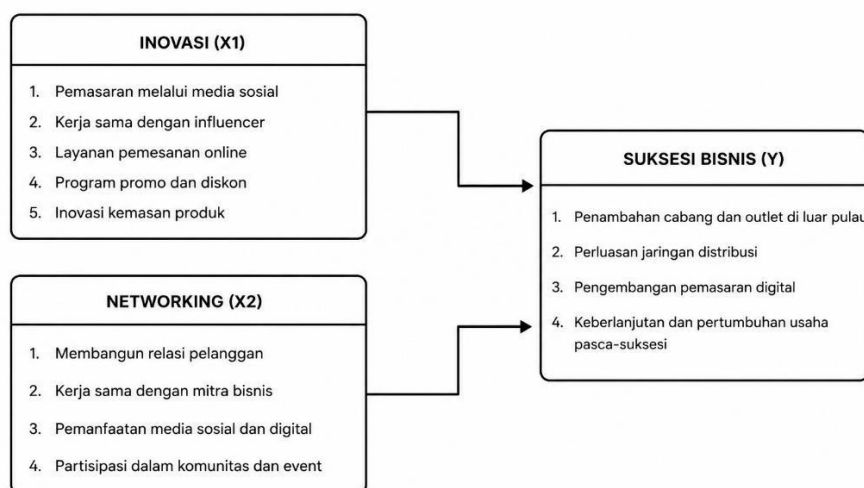
Keberlanjutan usaha (business sustainability) adalah komitmen strategis perusahaan untuk menjaga kelangsungan operasional jangka panjang dengan menyelaraskan tiga pilar utama, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Melalui konsep ini, keberhasilan bisnis tidak lagi diukur semata-mata dari perolehan laba finansial jangka pendek, melainkan dari kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai ekonomi yang berjalan selaras dengan pelestarian lingkungan hidup dan kesejahteraan sosial bagi masyarakat di masa depan[12]. Keberlanjutan usaha kemampuan bisnis untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang melalui pengelolaan usaha yang efektif dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis[2]. Keberlanjutan usaha dipengaruhi oleh kepemimpinan, inovasi, dan kemampuan menjaga hubungan bisnis[2].

Inovasi dalam pemasaran melalui media sosial telah menjadi salah satu strategi kunci bagi perusahaan yang ingin tetap relevan dan kompetitif di era digital saat ini. Platform media sosial menawarkan peluang yang tak terbatas untuk berinteraksi langsung dengan konsumen dan menciptakan konten yang mendalam. Inovasi dalam pemasaran media sosial memungkinkan perusahaan untuk lebih efektif menyampaikan pesan ke target audiens mereka melalui visualisasi yang menarik, storytelling yang kreatif, dan pendekatan interaktif. Perusahaan yang mampu memanfaatkan kekuatan media sosial dengan cara yang inovatif sering kali mampu memenangkan hati dan loyalitas konsumen dalam jangka Panjang[13]. Inovasi menciptakan pembaruan dalam produk, pemasaran, maupun sistem operasional usaha[14]. Inovasi dalam bisnis keluarga dapat meningkatkan daya saing dan membantu usaha tetap relevan dengan kebutuhan pasar[6]. Pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital menjadi salah satu bentuk inovasi yang mendukung keberlanjutan usaha[7].

Networking adalah jaringan yang terbentuk dari pertukaran informasi atau ide di antara rekan seprofesi atau minat khusus. Salah satu ciri networking bisnis yang sukses dengan eratnya komunikasi antara pebisnis. Mereka juga selalu bertukar informasi penting yang mungkin tidak didapat di luar jaringan bisnis tersebut. Saat ini banyak cara yang bisa dipakai untuk mengembangkan jaringan secara profesional[15]. kemampuan membangun hubungan dengan pelanggan, pemasok, komunitas bisnis, dan mitra usaha lainnya[9]. Manfaat networking dalam bisnis sangat beragam. Dengan jaringan yang luas, pelaku usaha dapat menemukan prospek dan pelanggan baru sehingga membantu meningkatkan pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. Selain itu, networking juga mampu menciptakan peluang kerja sama yang saling menguntungkan, baik dengan pelaku usaha sejenis maupun industri lain yang relevan. Hubungan yang baik dengan relasi bisnis juga dapat membantu pertukaran informasi terkait tren pasar, strategi pemasaran, hingga inovasi produk yang dibutuhkan agar bisnis tetap mampu bersaing. Tidak hanya itu, networking dapat meningkatkan personal branding dan reputasi pelaku usaha di mata masyarakat maupun mitra bisnis. Semakin aktif seseorang membangun relasi profesional, semakin besar pula peluang bisnisnya dikenal oleh banyak orang. Oleh karena itu, networking menjadi salah satu strategi penting dalam menjaga keberlanjutan dan perkembangan usaha di era persaingan bisnis modern[16].

Bisnis keluarga adalah usaha yang dimiliki dan dikelola oleh anggota keluarga dengan tujuan mempertahankan keberlangsungan usaha antar generasi[17]. Bisnis keluarga memiliki karakteristik berupa hubungan emosional, keterlibatan keluarga dalam pengambilan keputusan, dan adanya proses pewarisan usaha kepada generasi penerus[2]. Bisnis keluarga memainkan peran penting dalam perekonomian global, dengan berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, ekspor, dan pembangunan ekonomi di berbagai wilayah. Perusahaan jenis ini memiliki keunikan karena adanya keterkaitan antara dinamika keluarga dan bisnis, yang menghadirkan baik peluang maupun tantangan[18].

Kerangka Konseptual



III. METODE

Penelitian ini menggunakan analisis data yang melibatkan pendekatan kualitatif deskriptif untuk merumuskan strategi suksesi bisnis berdasarkan kedalaman informasi dan gambaran nyata di lapangan. Guna menentukan integritas, peneliti mengumpulkan data melalui dua teknik utama : wawancara dan observasi. Peneliti mewawancarai informan utama (key informants) yang dapat berbagi data penting mengenai proses suksesi, inovasi, dan jaringan (networking). Diskusi terbimbing dilakukan dengan teknik wawancara tidak terorganisir, di mana hanya pertanyaan penting yang diajukan berupa poin-poin utama terkait kesiapan suksesi dan keberlanjutan usaha. Jenis data kualitatif yang diperoleh diambil langsung dari hulu peristiwa, peristiwa transisi kepemimpinan, atau sumber paling awal dari pengamatan operasional dan wawancara dari informan JNC Cookies. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer untuk membentuk draf strategi secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan informan, yaitu mengambil sampel dari sumber data dengan pertimbangan tertentu. Teknik wawancara ini lebih mudah diakses dan melampaui apa yang diinginkan untuk membantu analisis memahami fenomena suksesi secara mendalam.

Survei perusahaan dilakukan secara komprehensif pada JNC Cookies dengan melakukan observasi dan wawancara. Data yang diambil adalah kondisi kesiapan suksesi di perusahaan, peta jaringan (networking) yang dimiliki, serta kendala inovasi produk. Hal ini berguna untuk mengidentifikasi dan mengamati potensi hambatan atau risiko kegagalan yang mungkin terjadi selama masa transisi generasi. Subyek penelitian ini adalah pemilik (generasi pendahulu), calon penerus (suksesor), serta jajaran manajemen kunci di JNC Cookies. Wawancara dilakukan dengan wawancara tidak terstruktur, dengan hanya menanyakan hal-hal penting saja. Kriteria berikut digunakan untuk

memilih narasumber untuk pengumpulan data (khususnya wawancara): keluarga inti pemilik bisnis atau pegawai tetap; masa kerja minimal lima tahun, dengan asumsi personel mengetahui proses kerja di wilayah tanggung jawabnya dan memahami nilai budaya serta resep otentik kue kering perusahaan. Jabatan dalam struktur perusahaan sekurang-kurangnya pada level Supervisor antara lain Manajer Operasional, Manajer Pemasaran, Manajer Keuangan, Supervisor Hubungan Kelembagaan/Jaringan, Supervisor Produksi, serta tim pengembangan produk baru (Research and Development). Area yang diamati adalah seluruh area tata kelola manajemen dan lini produksi utama JNC Cookies yang berpotensi terdampak oleh transisi kepemimpinan.

Evaluasi kesiapan suksesi, kapasitas inovasi, dan efektivitas networking dianalisis berdasarkan model deskriptif kualitatif. Model ini adalah seperangkat prosedur sistematis untuk mengidentifikasi, mengategorikan, dan mengevaluasi hambatan suksesi serta mengambil tindakan pencegahan maksimal melalui narasi strategis. Keluaran analisis ini dinyatakan sebagai kategori Skala Kesiapan Strategis. Dalam hal ini, evaluasi tertimbang dibuat dari hasil wawancara mendalam dan observasi yang teridentifikasi sehingga penerus JNC Cookies dapat menentukan, misalnya, masalah prioritas mana yang harus ditangani terlebih dahulu. Evaluasi deskriptif ini digunakan untuk menilai kondisi perusahaan berdasarkan tiga kriteria utama: 1) Severity (Tingkat Dampak), yaitu seberapa besar pengaruh hambatan suksesi atau kegagalan inovasi terhadap jalannya operasional bisnis. Ada hubungan langsung antara efek transisi kepemimpinan dan tingkat dampaknya. Jika dampaknya parah, misalnya, terjadi konflik internal yang tinggi. Jika efeknya tidak kritis, tingkat dampaknya sederhana. 2) Occurrence (Frekuensi Gejala), yaitu seberapa sering hambatan komunikasi antar-generasi atau resistensi inovasi muncul selama masa orientasi suksesor. Peristiwa sesuai dengan frekuensi yang diharapkan dari dinamika internal bisnis keluarga. 3) Detection (Kemampuan Deteksi), yaitu sejauh mana kontrol manajemen internal mampu menyadari dan mengontrol potensi konflik atau penurunan kinerja sejak dini. Jadi, Strategi Keberlanjutan Usaha ditentukan dari keterkaitan antara Dampak (S), Frekuensi Hambatan (O), dan Kekuatan Deteksi Internal (D). Analisis dilakukan secara saksama hingga menghasilkan poin-poin kegiatan manajemen yang berdampak langsung pada keberlanjutan usaha JNC Cookies. Hasil analisis deskriptif tertinggi membuktikan bahwa dampak hambatan di tempat kerja sangat tinggi, dan diperlukan tindakan segera berupa inovasi produk/proses serta perluasan jaringan bisnis untuk memitigasi konsekuensi dari risiko suksesi yang muncul. Penelitian ini menggunakan empat prioritas strategi suksesi kualitatif yang didukung oleh analisis deskriptif terdalam.

IV. PEMBAHASAN

Sejarah JNC Cookies Bandung

Bagi warga Bandung, nama J&C Cookies sudah akrab di telinga. JNC Cookies merupakan merek kue kering yang selalu laris manis yang berdiri pada tanggal 11 April 1996. Dengan awal mula hanya mempekerjakan beberapa karyawan, namun dengan perkembangan yang cukup baik, kini mempekerjakan 100 karyawan tetap dan 1000 karyawan musiman. J&C arti simbol untuk nama Jodi dan Cindy, adalah putra-putri pasangan Bpk Dedi dan Ibu Diah. J&C memiliki motivasi mengembangkan industri untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada saat Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru dan Imlek, juga mendorong kue kering menjadi sajian sehari-hari. Hingga kini kami mampu memproduksi kue kering roombutter tanpa bahan pengawet sekitar 200 ton/tahun dan untuk berbagai macam kemasan parcel sekitar 12.000 pcs/tahun[19].

Dalam kegiatan usaha yang dimiliki oleh J&C. Pihak J&C memiliki 2 kegiatan yang dilakukan yang dibagi menjadi Dagang dan Event. Dua kegiatan tersebut biasa disebut oleh pihak J&C menjadi kegiatan Primer dan Sekunder. Yang antara lain sebagai berikut : 1. Dagang Kegiatan primer yang dilakukan oleh J&C adalah dalam memperjualbelikan produk sendiri. Yang disebarluaskan pada

seluruh toko yang sudah didirikan. 2. Event Merupakan kegiatan sekunder yang dilakukan oleh J&C. Bertujuan untuk menambahkan pendapatan perusahaan, guna menstabilkan pendapatan ketika kegiatan primer tidak menghasilkan secara optimal. J&C Cookies banyak melakukan usaha baik di bidang CSR maupun kegiatan sosial lainnya. Salah satunya yaitu Jar Of Earth. Jar Of Earth merupakan kegiatan yang diusung oleh J&C Cookies untuk membantu memperbaiki kondisi bumi kita. J&C Cookies bersama komunitas Bandung Berkebun, ingin turut berpartisipasi dalam menghijaukan kembali kota ini. Kegiatan Jar of Earth ini adalah sebuah kampanye peduli lingkungan dengan memanfaatkan toples bekas yang sudah tidak terpakai. Para partisipan yang mendapat kesempatan untuk mengikuti kampanye kegiatan ini adalah para penikmat J&C Cookies yang beruntung memperoleh J&C Cookies edisi Jar of Earth yang terdiri atas kukis dalam toples kaleng dan bibit tanaman yang nantinya harus ditumbuhkan oleh masing-masing partisipan[20].

Inovasi Produk dalam keberlanjutan usaha JNC Cookies Bandung

Inovasi produk menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga keberlanjutan usaha pada industri makanan, termasuk pada J&C Cookies. Perusahaan ini terus melakukan pengembangan produk melalui variasi rasa, desain kemasan, serta strategi pemasaran agar mampu mengikuti perubahan selera konsumen dan persaingan pasar[21].

Salah satu bentuk inovasi produk yang dilakukan oleh jnc.co.id adalah menghadirkan varian baru pada tahun 2026. Inovasi tersebut dilakukan untuk memberikan pilihan rasa yang lebih beragam sekaligus mempertahankan minat beli konsumen terhadap produk kue kering. Selain inovasi rasa, perusahaan juga melakukan inovasi pada kemasan produk. J&C Cookies menggunakan kemasan dengan desain unik dan menarik, bahkan menghadirkan kemasan berbahan anyaman bambu (besek) yang lebih ramah lingkungan. Langkah ini menunjukkan upaya perusahaan dalam menggabungkan nilai tradisional, estetika, dan keberlanjutan lingkungan dalam produknya. Keberlanjutan usaha J&C Cookies juga didukung oleh penggunaan bahan baku lokal secara konsisten serta produksi tanpa bahan pengawet. Perusahaan menyatakan memiliki visi untuk menjadi pemimpin industri makanan melalui inovasi produk dan pelayanan, sekaligus memberdayakan masyarakat sekitar[21].

Networking bagi keberlanjutan usaha pada JNC Cookies Bandung

Peran Networking dalam Keberlanjutan Usaha Berdasarkan hasil analisis kualitatif, pemanfaatan jaringan bisnis (networking) terbukti menjadi pilar krusial yang menjamin keberlanjutan usaha JNC Cookies, khususnya dalam memitigasi risiko stagnasi pasar selama masa transisi kepemimpinan. Hubungan kolaboratif yang dibangun secara intensif dengan para pemasok bahan baku lokal memastikan perusahaan mendapatkan kepastian pasokan materi produksi yang berkualitas tinggi dengan harga yang relatif stabil, sehingga efisiensi biaya operasional dapat tetap terjaga di tengah fluktuasi ekonomi. Di sisi hilir, penguatan jaringan kemitraan melalui sistem keagenan, reseller, dan distributor yang tersebar luas di berbagai wilayah tidak hanya memperluas jangkauan pasar secara eksponensial, melainkan juga menciptakan ekosistem distribusi yang loyal dan mandiri. Keberadaan jaringan yang solid ini memberikan bantalan ekonomi bagi perusahaan terhadap perubahan dinamika pasar, sekaligus menjadi saluran yang efektif bagi generasi penerus untuk menyalurkan berbagai inovasi produk baru secara cepat dan tepat sasaran. Melalui perluasan koneksi kelembagaan dan integrasi mitra digital, JNC Cookies mampu mempertahankan relevansi merek dan stabilitas omset dalam jangka panjang, yang pada akhirnya mengukuhkan bahwa kapasitas adaptasi networking lintas generasi merupakan penentu utama bertahannya eksistensi bisnis keluarga ini.

.V. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi suksesi bisnis keluarga pada JNC Cookies memiliki peran penting dalam menjaga keberlanjutan usaha. Keterlibatan generasi penerus dalam proses

pengelolaan bisnis mampu membantu perusahaan mempertahankan stabilitas usaha dan menghadapi tantangan persaingan pasar. Selain itu, inovasi produk dan pemasaran yang dilakukan secara berkelanjutan terbukti meningkatkan daya saing perusahaan, baik melalui pengembangan varian produk baru, desain kemasan yang menarik, maupun pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi.

Networking juga menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan usaha JNC Cookies. Hubungan yang baik dengan pemasok, reseller, distributor, dan mitra bisnis lainnya mampu memperluas jangkauan pasar, menjaga loyalitas pelanggan, serta menciptakan peluang kerja sama yang menguntungkan. Dengan adanya kombinasi strategi suksesi yang terencana, inovasi yang berkelanjutan, dan networking yang kuat, JNC Cookies mampu mempertahankan eksistensi bisnis keluarga dan meningkatkan peluang keberhasilan usaha dalam jangka panjang.

VI. REFERENSI

- [1] J. E. Pertanian, D. Agribisnis, W. Prihatin Hia, and A. Charina, "Strategi Pemberdayaan untuk Keberlanjutan Home Industry Agro (Suatu Kasus di Kecamatan Banyuresmi, Kabupaten Garut)," *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 37–52, Jan. 2021, doi: 10.21776/UB.JEPA.2021.005.01.04.
- [2] performa performa, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMBENTUK BISNIS KELUARGA BERTUMBUH SECARA BERKELANJUTAN," *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, vol. 4, no. 5, pp. 74–83, Mar. 2020, doi: 10.37715/jp.v4i5.1216.
- [3] A. Hendriwal *et al.*, "Krisis yang Tak Terlihat: Bagaimana Perencanaan Suksesi yang Tidak Tepat Mengancam Keberlanjutan Bisnis Keluarga," *Journal of Emerging Business Management and Entrepreneurship Studies*, vol. 5, no. 1, pp. 50–65, May 2025, doi: 10.34149/JEBMES.V5I1.185.
- [4] "Global Cookies Market Size, Share & Forecast Report 2033." Accessed: May 21, 2026. [Online]. Available: https://www.imarcgroup.com/cookies-market?utm_
- [5] Moch. W. Widodo, S. Sudarmiatin, and L. W. Wardana, "Strategi Keluarga dalam Menyiapkan Suksesi: Analisis Terhadap Proses Perencanaan dan Pelaksanaan," *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, vol. 2, no. 1, pp. 69–77, Nov. 2024, doi: 10.55606/MRI.V2I1.2162.
- [6] D. Agustina and M. Mariah, "PERAN INOVASI DAN KESADARAN MEREK DALAM MENINGKATKAN KEBERLANJUTAN BISNIS KELUARGA," *JURNAL LENTERA BISNIS*, vol. 14, no. 3, pp. 3793–3801, Sep. 2025, doi: 10.34127/JRLAB.V14I3.1783.
- [7] J. Manajerial, D. Kewirausahaan, M. Chai, S. E. Handoyo, and P. Korespondensi, "Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Inovasi dan Modal Usaha terhadap Keberlanjutan Usaha," *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, vol. 6, no. 4, pp. 1018–1027, Oct. 2024, doi: 10.24912/JMK.V6I4.32747.
- [8] O. Kewirausahaan *et al.*, "Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Inovasi dan Keberlanjutan Usaha Keluarga pada Industri Kreatif Sub Sektor Kriya," *Jurnal Ilmiah Global Education*, vol. 5, no. 2, pp. 1532–1544, Jun. 2024, doi: 10.55681/JIGE.V5I2.2800.
- [9] M. S. Fatahillah and I. S. Hardiningrum, "KEEPING THE FIRE BURNING: A QUALITATIVE STUDY OF INTERGENERATIONAL STRATEGIES FOR FAMILY BUSINESS SUSTAINABILITY IN AN ERA OF DISRUPTION: Menjaga Api di Perapian: Studi Kualitatif tentang Strategi Intergenerasional dalam Keberlanjutan Bisnis Keluarga di ...," *SOSIOEDUKASI : JURNAL ILMIAH ILMU PENDIDIKAN DAN SOSIAL*, vol. 14, no. 4, pp. 3325–3336, Dec. 2025, doi: 10.36526/SOSIOEDUKASI.V14I4.6522.
- [10] J. R. Baltazar, C. I. Fernandes, V. Ramadani, and M. Hughes, "Family business succession and innovation: a systematic literature review," *Review of Managerial Science* 2022 17:8, vol. 17, no. 8, pp. 2897–2920, Jan. 2023, doi: 10.1007/S11846-022-00607-8.
- [11] H. S. Ahn, E. Jeong, and H. Cho, "Toward an Understanding of Family Business Sustainability: A Network-Based Systematic Review," *Sustainability* 2021, Vol. 13, Page 5, vol. 13, no. 1, p. 5, Dec. 2020, doi: 10.3390/SU13010005.
- [12] N. I. Muhammad, A. H. Sirait, A. C. Ahmad, and A. W. Jabid, "Business Sustainability Strategy: Systematic Literature Review," *Society*, vol. 13, no. 1, pp. 705–727, Apr. 2025, doi: 10.33019/SOCIETY.V13I1.784.

- [13] “View of INOVASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL: KAJIAN LITERATUR.” Accessed: May 26, 2026. [Online]. Available: <https://ecosemica.net/index.php/KOMUNIKASI/article/view/970/958>
- [14] M. STAI Pelita Nusa Bandung Barat and K. Bandung Barat, “TIPOLOGI MODEL INOVASI DAN KREATIVITAS PADA BISNIS KELUARGA,” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, vol. 7, no. 3, pp. 1327–1350, Dec. 2023, doi: 10.31955/MEA.V7I3.3517.
- [15] “Apa Itu Networking? Penjelasan dan Manfaatnya Bagi Pebisnis.” Accessed: May 26, 2026. [Online]. Available: <https://umkm.kompas.com/read/2022/01/12/0900000083/apa-itu-networking-penjelasan-dan-manfaatnya-bagi-pebisnis>
- [16] “Networking Bisnis: Manfaat dan Cara Membangunnya - Jobstreet Indonesia.” Accessed: May 26, 2026. [Online]. Available: <https://id.jobstreet.com/id/career-advice/article/networking-bisnis-manfaat-cara-membangun>
- [17] S. Maulana, A. Sukmawati, P. Nurhayati, and U. Sumarwan, “Retaining Employees Amidst Waves of Change: A Study on Organizational Culture Post-Acquisition,” *Jurnal Aplikasi Manajemen*, vol. 23, no. 3, pp. 779–794, Apr. 2026, doi: 10.21776/UB.JAM.2025.023.3.01.
- [18] “View of TREN DAN PROSPEK MASA DEPAN PENELITIAN KEPEMIMPINAN PADA BISNIS KELUARGA: TINJAUAN BIBLIOMETRIK.” Accessed: May 21, 2026. [Online]. Available: <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/1782/1262>
- [19] “Tentang Kami.” Accessed: May 26, 2026. [Online]. Available: <https://jnc.co.id/tentang-kami/>
- [20] O. Dan, M. Penelitian, and O. Penelitian, “BAB III.”
- [21] “Home.” Accessed: May 26, 2026. [Online]. Available: <https://jnc.co.id/>

*Procedia of Social Sciences and Humanities International
Conference of Fostering Sustainable Economic Growth and Innovation through
Research and Community Engagement*