

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah ada pengaruh pelaksanaan metode *LeadershipLAB* terhadap peningkatan *Intrapreneurship* (*innovation, proactiveness, risk taking*) pada para manajer Sales & Marketing hotel PT. “X” di Bandung. Subjek penelitian ini adalah sebanyak 4 orang yang berasal dari masing-masing unit hotel yang dikelola oleh PT. “X”.

Variabel penelitian diukur dengan menggunakan lembar penilaian kompetensi yang disusun berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Covin and Slevin (1989) dan Rauch et al. (2009). Validitas dan reliabilitas alat ukur ini dilakukan dengan menggunakan metode *expert judgement*.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa sebelum mengikuti metode *LeadershipLAB*, para manajer Sales & Marketing memiliki level kompetensi *innovative* dan *risk taking* yang tergolong masih di bawah standar dan memiliki level kompetensi *proactiveness* yang tergolong sesuai dengan standard yang diharapkan. Sementara itu, setelah mengikuti metode *leadershipLAB* ternyata level ketiga kompetensinya masih sama, yaitu level kompetensi *innovation* dan *risk taking* masih jauh dari standard yang diharapkan dan level kompetensi *proactiveness* masih sesuai dengan standard yang diharapkan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa metode *LeadershipLAB* tidak dapat meningkatkan *Intrapreneurship* pada para manajer Sales & Marketing hotel PT. “X” di Bandung. Kepada atasan para manajer Sales & Marketing tersebut disarankan untuk lebih memonitor kinerja dari bawahannya terutama yang terkait dengan kompetensi *innovative, proactiveness* dan *risk taking*.

ABSTRACT

This study aims to investigate the influence LeadershipLAB implementation methods to increase Intrapreneurship (innovation, proactiveness, risk taking) at the hotel Sales & Marketing Manager PT. "X" in Bandung. The subjects were as many as four people from each unit hotel managed by PT. "X".

The research variables measured using competency assessment sheet which is based on the theory proposed by Covin and Slevin (1989) and Rauch et al. (2009). The validity and reliability of measuring instruments is done by using expert judgment.

Based on the results of the study concluded that before following methods LeadershipLAB, Sales & Marketing managers have a level of competence, innovative and risk-taking that is still classified as substandard and have a level of competence, proactiveness is classified in accordance with the expected standard. Meanwhile, after following method turns leadershipLAB third level of competence is still the same, namely the level of competence of innovation and risk taking is still far from the expected standards and the level of competence of proactiveness still in accordance with the standard expected.

Thus it can be concluded that the LeadershipLAB method can not increase the Intrapreneurship at Sales & Marketing Hotel Manager PT. "X" in Bandung. To the superior managers of the Sales & Marketing is advisable to better monitor the performance of subordinates, particularly related to innovative competence, proactiveness and risk taking.

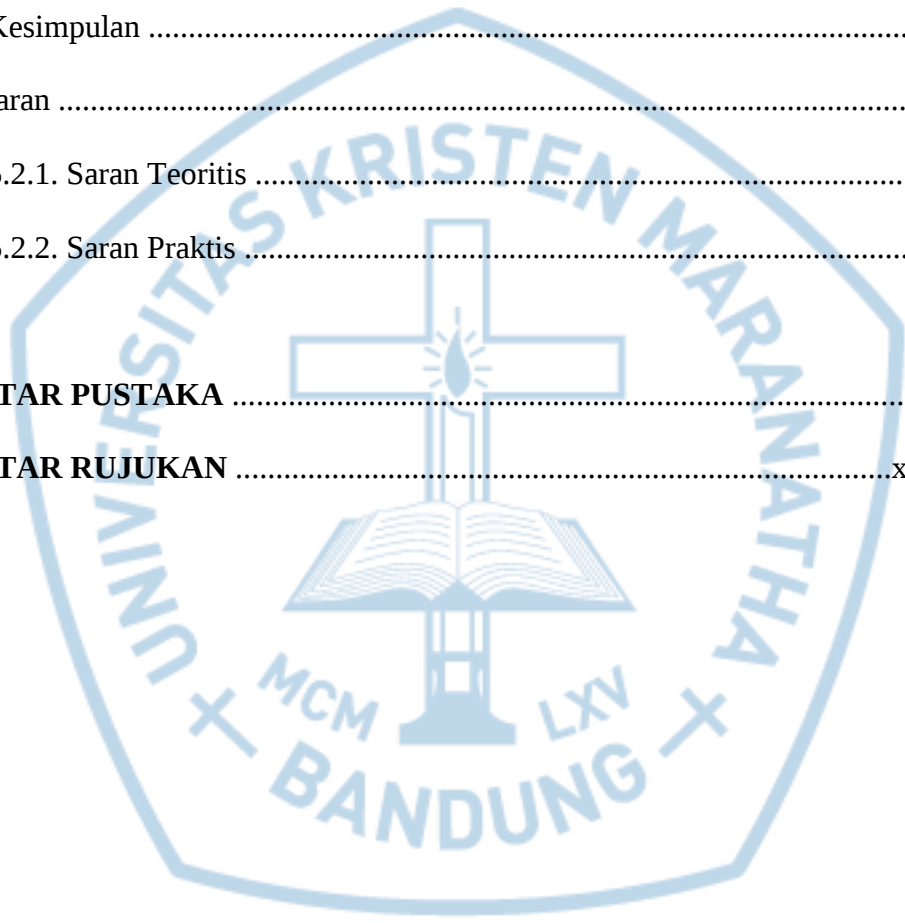
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I (PENDAHULUAN)	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Identifikasi Masalah	12
1.4. Maksud, Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1 Maksud	12
1.3.2 Tujuan Penelitian	12
1.3.3 Kegunaan Penelitian	12
1.3.3.1 Kegunaan Ilmiah	12
1.3.3.2 Kegunaan Praktis	13

1.4 Metodologi Penelitian	13
BAB II (TINJAUAN PUSTAKA)	15
2.1. Tinjauan Teoritik	15
2.1.1. <i>Intrapreneurship</i>	15
2.1.1.1. Konsep <i>Intrapreneurship</i>	15
2.1.1.2. Dimensi <i>Intrapreneurship</i>	18
2.1.1.3. Faktor-faktor <i>Intrapreneurship</i>	19
2.1.2. Kompetensi	21
2.1.3. <i>Leadership Laboratory</i>	22
2.1.3.1. <i>Assessment Center</i>	22
2.1.3.2. <i>Development Assessment Center</i>	23
2.1.3.3. <i>Leadership Laboratory</i>	24
2.1.4. <i>Feedback</i>	28
2.1.5. <i>Action plan</i>	30
2.1.6. Teori Belajar	31
2.1.7. Hotel	33
2.1.7.1.1. Definisi Hotel	33
2.1.7.1.2. Klasifikasi hotel	34
2.2. Kerangka Pemikiran	36
2.3. Asumsi Penelitian	45
2.4. Hipotesis	45

BAB III (METODE PENELITIAN)	46
3.1. Desain Penelitian/ Rancangan Penelitian	46
3.2. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	47
3.2.1. Variabel Penelitian	47
3.2.2. Definisi Konseptual	47
3.2.2.1. Definisi Konseptual <i>Intrapreneurship</i>	47
3.2.2.2. Definisi Konseptual <i>Leadership Laboratory</i>	49
3.2.3. Definisi Operasional	49
3.2.3.1. Definisi Operasional <i>Intrapreneurship</i>	49
3.2.3.2. Definisi Operasional <i>Leadership Laboratory</i>	50
3.3. Pelaksanaan Intervensi	51
3.4. Alat Ukur	53
3.3.1 Alat Ukur <i>Intrapreneurship</i>	53
3.3.2 Prosedur Pengisian	55
3.3.3 Sistem Penilaian	56
3.3.4 Validitas Alat Ukur	56
3.3.5 Reliabilitas	56
3.5. Subjek Penelitian	57
3.6. Teknik Pengumpulan Data	57
3.6 Teknik Analisa Data	57
3. 7 Hipotesis Statistik	58
 BAB IV (HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....)	59
4.1. Gambaran Responden	59

4.2. Hasil.....	60
4.3 Hasil Uji Statistik.....	61
4.4 Pembahasan.....	61
4.5 Diskusi	69
 BAB V (KESIMPULAN DAN SARAN)	73
5.1. Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
5.2.1. Saran Teoritis	74
5.2.2. Saran Praktis	74
 DAFTAR PUSTAKA	xvii
DAFTAR RUJUKAN	xviii



DAFTAR TABEL

3.1 Indikator Kompetensi <i>Intrapreneurship</i>	51
3. 2 <i>Rating Scale</i>	53
4.1 Gambaran Responden	56
4.2 Level Kompetensi Manajer Sales & Marketing PT. “X”	60



DAFTAR BAGAN

1.1 Metodologi Penelitian	14
2.1 Bagan Kerangka Pikir	44
3. 1 Bagan Rancangan Penelitian	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Informed Conccent

Lampiran 2. Lembar Observasi / Lembar Penilaian

Lampiran 3. Kasus Simulasi I

Lampiran 4. Kasus Simulasi II

Lampiran 5. Catatan Meeting

Lampiran 6. Lembar Feedback

Lampiran 7. Lembar Action Plan

Lampiran 8. Visi, Misi dan Budaya Organisasi

Lampiran 9. *Job Description* Manager Sales & Marketing

