

## ABSTRAK

Kondisi bisnis yang meningkat pada triwulan II-2017 dan jumlah usaha di Indonesia yang meningkat tiap tahunnya membuat persaingan semakin ketat dan pesaing yang bertambah banyak. Agar dapat bersaing dan bertahan dalam persaingan yang ketat, diperlukan sebuah upaya yang dapat membantu mengatasi masalah tersebut. Salah satu solusinya adalah dengan mencari orang yang dapat membantu dalam menghadapi masalah dan bertukar pikiran untuk mengembangkan bisnis. Dalam konteks ini, seorang *business coach* adalah orangnya. *Business coach* akan membantu menggali potensi diri dan menjadi pelatih sekaligus pendamping dalam hal bertukar pengetahuan dan informasi. Sehingga, pelaku bisnis akan terbuka pikirannya dan mampu mengeluarkan ide-ide yang dapat mengembangkan bisnisnya. Tetapi, masih banyak yang tidak percaya akan peran seorang *coach* yang dapat membantu menggali potensi diri. Sehingga, kepercayaan antara *coach* dengan kliennya harus dibangun terlebih dahulu. Kepercayaan antara *coach-client* ini dapat diperoleh dari *authentic leadership* yang diterapkan atau dimiliki oleh seorang *coach*.

Hal tersebut yang membuat peneliti ingin mengetahui hubungan antara *authentic leadership* terhadap keberhasilan *coaching*. Apakah seorang *business coach* yang menerapkan *authentic leadership* pada sesi *coaching*-nya menuntun pada keberhasilan *coaching*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang *business coaches* yang ada di Indonesia. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui WhatsApp dan penyebaran secara langsung. Untuk pengujian hipotesis, peneliti menggunakan pendekatan korelasional. Pengolahan data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner dilakukan dengan SPSS 20.0.

Setelah melakukan pengolahan data, peneliti menemukan bahwa penilaian *business coaches* terhadap variabel *authentic leadership* dan keberhasilan *coaching* menunjukkan nilai yang baik dan tinggi. Hal ini berarti menunjukkan persepsi yang bagus pada kedua variabel yang diteliti. Selain penilaian, peneliti menemukan adanya hubungan yang positif antara *authentic leadership* terhadap keberhasilan *coaching* dan variabel *authentic leadership* berkontribusi kecil terhadap keberhasilan *coaching*.

Berdasarkan hasil temuan, maka *business coaches* diharapkan dapat meningkatkan kesadaran diri dan teknik pada saat sesi *coaching* bisnis. Misalnya *business coaches* dapat menggambarkan kemampuan mereka, pada sesi *coaching* dan merasa percaya diri dalam memiliki kemampuan untuk mendeteksi *skill errors* pada *coachee/client*.

Kata Kunci : *Business Coaching; Authentic Leadership; Keberhasilan Coaching*