

Edukasi dan Pendampingan melalui Coaching untuk Meningkatkan Pemahaman dan Keterampilan RedSeller New Joiner

Diana Amelia¹, Ika Korika Swasti²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
ameliadn265@gmail.com¹, ikaks.ma@upnjatim.ac.id²

ABSTRACT

Digital platform-based partnership models are growing in line with the increasing demand for flexible work and community economic participation. The RedSeller program is one of RedDoorz's official digital partnerships that allows individuals from diverse backgrounds to become marketing partners for accommodation services. However, when they first join, new RedSellers often face obstacles such as a limited understanding of the work system, use of the application, and effective marketing strategies. This situation results in low readiness and confidence among partners in carrying out promotional activities. This activity aims to improve the understanding of new RedSellers through coaching-based education and mentoring. The methods used include intensive online coaching, presentation of material on the RedSeller work system, use of the RedSeller application, and mentoring on promotional strategies through multi-platform social media. The evaluation was conducted descriptively and qualitatively by observing changes in partners' understanding, actions, and readiness before and after coaching. The results of the activity showed an increase in partners' understanding of the role of RedSeller, operational flow, and application usage, followed by increased confidence in conducting promotions and the ability to apply marketing communication strategies in a more focused manner. These findings confirm that the coaching approach is relevant as an educational strategy and initial guidance in supporting the readiness of new partners in the partnership-based digital marketing ecosystem.

Keywords: *coaching, mentoring, digital marketing, social media, RedSeller*

ABSTRAK

Model kemitraan berbasis platform digital semakin berkembang seiring meningkatnya kebutuhan kerja fleksibel dan partisipasi ekonomi masyarakat. Program RedSeller merupakan salah satu bentuk kemitraan digital resmi dari RedDoorz yang memungkinkan individu dengan latar belakang beragam untuk berperan sebagai mitra pemasaran layanan akomodasi. Namun, pada tahap awal bergabung, RedSeller baru seringkali menghadapi kendala berupa keterbatasan pemahaman terhadap sistem kerja, penggunaan aplikasi, serta strategi pemasaran yang efektif. Kondisi ini berdampak pada rendahnya kesiapan dan kepercayaan diri mitra dalam menjalankan aktivitas promosi. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman RedSeller baru melalui edukasi dan pendampingan berbasis coaching. Metode yang digunakan meliputi coaching intensif secara daring, pemaparan materi tentang sistem kerja RedSeller, penggunaan aplikasi RedSeller, serta pendampingan strategi promosi melalui media sosial multi-platform. Evaluasi dilakukan secara deskriptif-kualitatif dengan mengamati perubahan pemahaman, tindakan, dan kesiapan mitra sebelum dan setelah coaching. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra terhadap peran RedSeller, alur operasional, serta penggunaan aplikasi, yang diikuti dengan meningkatnya kepercayaan diri dalam melakukan promosi dan kemampuan menerapkan strategi komunikasi pemasaran secara lebih terarah. Temuan ini

menegaskan bahwa pendekatan coaching relevan sebagai strategi edukatif dan pendampingan awal dalam mendukung kesiapan mitra baru pada sistem pemasaran digital berbasis kemitraan.

Kata Kunci: coaching, pendampingan, pemasaran digital, media sosial, RedSeller

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital telah mendorong munculnya berbagai model kerja fleksibel berbasis platform yang memungkinkan masyarakat berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi tanpa keterikatan kerja konvensional. Salah satu bentuknya adalah sistem reseller dan afiliasi digital yang memberikan peluang bagi individu dengan latar belakang beragam untuk terlibat dalam kegiatan pemasaran produk dan jasa. Kerja berbasis platform dan gig economy semakin diminati karena menawarkan fleksibilitas waktu serta peluang pendapatan tambahan bagi berbagai kelompok masyarakat, termasuk mahasiswa, lulusan baru, dan pekerja. Namun, pola kerja ini juga menuntut kesiapan individu dalam memahami sistem digital agar dapat beradaptasi secara optimal (Wood et al., 2019). Model kerja seperti ini menuntut tidak hanya akses terhadap teknologi, tetapi juga pemahaman konseptual dan keterampilan komunikasi yang memadai agar aktivitas pemasaran dapat berjalan secara efektif.

Program RedSeller merupakan skema kemitraan digital yang memungkinkan individu berperan sebagai perantara pemasaran layanan akomodasi melalui dukungan aplikasi dan sistem berbasis daring. Program ini bersifat fleksibel dan freelance, sehingga dapat diikuti oleh berbagai kalangan, seperti mahasiswa, fresh graduate, maupun pekerja. Namun demikian, fleksibilitas tersebut juga memunculkan tantangan, khususnya bagi RedSeller baru yang masih berada pada tahap adaptasi awal. Mitra baru umumnya belum memiliki pemahaman yang utuh mengenai sistem kerja RedSeller, penggunaan aplikasi beserta fitur-fiturnya, serta strategi komunikasi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik konsumen digital.

Keterbatasan pemahaman tersebut berdampak pada rendahnya kesiapan dan kepercayaan diri mitra dalam memulai aktivitas promosi, terutama melalui media sosial. Faktanya, efektivitas pemasaran digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengomunikasikan nilai produk secara jelas, persuasif, dan relevan dengan kebutuhan konsumen (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021). Tanpa pendampingan yang memadai, mitra baru berpotensi mengalami kebingungan secara operasional dan kesulitan mengoptimalkan peluang yang tersedia dalam sistem kemitraan digital.

Berbagai kajian menekankan pentingnya pendekatan edukatif yang bersifat partisipatif dalam meningkatkan kapasitas individu pada konteks pengembangan komunitas dan kemitraan berbasis masyarakat. Mark A. Brennan dan Israel (2008) menyatakan bahwa penguatan kapasitas individu merupakan fondasi penting dalam mendorong partisipasi aktif dan keberlanjutan keterlibatan masyarakat. Dalam konteks pembelajaran orang dewasa, pendekatan coaching dinilai relevan karena menempatkan peserta sebagai subjek aktif yang belajar melalui pengalaman, refleksi, dan pemecahan masalah yang kontekstual (Pigg & Bradshaw, 2003).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan ini dirancang dalam bentuk edukasi dan

pendampingan melalui coaching bagi RedSeller baru. Menurut Grant (2017), coaching merupakan pendekatan pendampingan yang menekankan proses dialogis, refleksi pengalaman, serta penyesuaian materi berdasarkan kebutuhan individu, sehingga efektif dalam mendukung pembelajaran orang dewasa. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mitra terhadap sistem kerja dan penggunaan aplikasi RedSeller, serta memperkuat kemampuan komunikasi pemasaran melalui media sosial multi-platform. Dengan pendekatan coaching yang adaptif dan berbasis kebutuhan, kegiatan ini diharapkan dapat membantu mitra baru membangun kesiapan, kepercayaan diri, dan kapasitas awal yang diperlukan untuk berpartisipasi secara lebih optimal dalam ekosistem pemasaran digital berbasis kemitraan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan menggunakan pendekatan edukasi dan pendampingan berbasis coaching yang disesuaikan dengan kebutuhan RedSeller baru. Sasaran kegiatan merupakan mitra RedSeller yang baru bergabung dengan latar belakang yang beragam, meliputi mahasiswa, fresh graduate, dan pekerja. Keragaman latar belakang tersebut mencerminkan sifat program RedSeller yang fleksibel dan freelance, sehingga membutuhkan pendekatan pembelajaran yang adaptif dan kontekstual.

Coaching pada tahap awal bergabung RedSeller umumnya dilaksanakan dalam satu sesi intensif dengan durasi rata-rata sekitar satu jam. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara daring melalui platform konferensi video seperti Google Meet atau Zoom. Metode yang digunakan meliputi pemaparan materi mengenai sistem kerja RedSeller, penggunaan aplikasi RedSeller beserta fitur-fiturnya, dan strategi promosi melalui media sosial multi-platform. Penyampaian materi dirancang secara praktis dengan menekankan keterkaitan langsung antara konsep yang disampaikan dan situasi yang dihadapi peserta

Selain pemaparan materi, sesi coaching juga dilengkapi dengan diskusi interaktif yang memberikan ruang bagi mitra baru untuk menyampaikan pertanyaan, kendala, serta pengalaman awal mereka sebagai RedSeller. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip pembelajaran orang dewasa yang menekankan pentingnya pengalaman sebagai sumber belajar utama. Dalam beberapa sesi, dilakukan simulasi sederhana terkait cara menyampaikan informasi layanan RedDoorz dan membangun komunikasi dengan calon konsumen melalui media sosial.

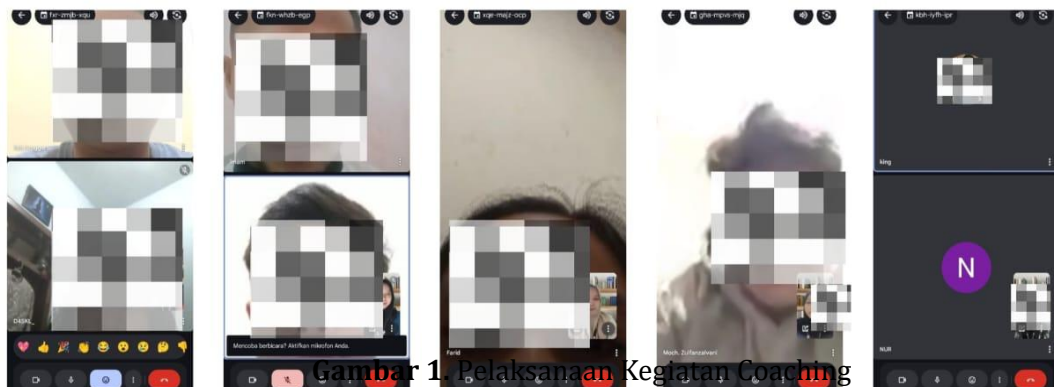
Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan secara deskriptif-kualitatif dengan membandingkan kondisi pemahaman peserta sebelum dan setelah mengikuti coaching. Indikator keberhasilan meliputi peningkatan pemahaman peserta terhadap sistem kerja dan penggunaan aplikasi RedSeller, kesiapan dalam melakukan promosi melalui media sosial, serta perubahan sikap dan kepercayaan diri dalam menjalankan peran sebagai mitra RedSeller. Pendekatan evaluasi ini dipilih untuk menangkap perubahan non-material yang bersifat kognitif dan afektif, yang menjadi fokus utama kegiatan coaching.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa pada tahap awal, sebagian besar RedSeller baru belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai sistem kerja RedSeller dan penggunaan aplikasi pendukung. Mitra baru mengungkapkan kebingungan dalam memahami alur kerja, fungsi fitur aplikasi, serta langkah-langkah awal yang perlu dilakukan untuk memulai promosi. Selain itu, reseller juga menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang relatif rendah dalam melakukan promosi melalui media sosial, terutama karena kekhawatiran dalam menyampaikan informasi layanan secara tepat.

Melalui kegiatan coaching, reseller memperoleh penjelasan yang lebih terstruktur mengenai peran RedSeller dalam ekosistem pemasaran digital. Pemaparan materi yang dikombinasikan dengan diskusi interaktif membantu reseller memahami keterkaitan antara sistem kerja, penggunaan aplikasi RedSeller, dan strategi promosi di media sosial. Pendekatan coaching memungkinkan reseller untuk mengaitkan materi dengan pengalaman pribadi, sehingga proses pembelajaran menjadi lebih relevan dan mudah dipahami.

Perubahan pemahaman peserta terlihat dari meningkatnya kemampuan mereka dalam mengoperasikan kembali penggunaan dan fungsi fitur aplikasi RedSeller secara baik. Peserta juga mulai menunjukkan kesiapan untuk melakukan promosi melalui media sosial multi-platform dengan pendekatan komunikasi yang lebih terarah. Dalam beberapa kasus, peserta mulai menerapkan strategi promosi yang dibahas dalam coaching dan berhasil memperoleh komisi dari pemesanan akomodasi. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman berkontribusi pada kemampuan peserta dalam mengimplementasikan perannya secara praktis, meskipun capaian ekonomi tidak dijadikan sebagai indikator utama keberhasilan kegiatan. Hasil observasi ini sejalan dengan hasil meta-analisis yang menunjukkan bahwa coaching berpengaruh positif terhadap peningkatan kompetensi, kesiapan kerja, dan performa individu dalam konteks organisasi maupun kemitraan profesional (Jones et al., 2016).



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Coaching
(Dokumentasi Penulis)

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan coaching, dapat diidentifikasi beberapa keunggulan utama dari pendekatan yang digunakan. Pertama, coaching

memungkinkan proses edukasi yang bersifat personal dan adaptif terhadap kebutuhan masing-masing mitra RedSeller. Mengingat mitra berasal dari latar belakang yang beragam, seperti fresh graduate, pekerja, dan mahasiswa, pendekatan ini dinilai lebih efektif dibandingkan metode pelatihan satu arah. Coaching memberikan ruang dialog yang mendorong mitra untuk menyampaikan kendala secara terbuka dan memperoleh solusi yang kontekstual sesuai dengan kondisi yang dihadapi.

Kedua, pelaksanaan coaching secara daring melalui platform konferensi video memberikan fleksibilitas tinggi bagi mitra. Model ini sejalan dengan karakter RedSeller sebagai sistem kemitraan berbasis digital dan freelance, sehingga kegiatan dapat diakses tanpa batasan wilayah serta tidak mengganggu aktivitas utama mitra. Fleksibilitas ini menjadi nilai tambah untuk mendukung keberlanjutan partisipasi mitra dalam kegiatan pendampingan.

Namun demikian, kegiatan ini juga menghadapi sejumlah tantangan. Perbedaan tingkat pemahaman dan latar belakang mitra menyebabkan kebutuhan pendampingan yang tidak seragam. Meskipun kegiatan coaching pada tahap awal umumnya dilaksanakan dalam satu sesi intensif, durasi dan kedalaman pembahasan pada praktiknya disesuaikan dengan kebutuhan serta permintaan dari masing-masing RedSeller baru. Fleksibilitas ini memungkinkan proses pendampingan berlangsung lebih adaptif, mengingat perbedaan latar belakang, tingkat pemahaman, dan kesiapan mitra dalam menjalankan perannya. Namun demikian, pada tahap awal pendampingan, fokus coaching lebih diarahkan pada pengenalan sistem kerja, penggunaan aplikasi, serta strategi promosi dasar, sehingga pendalaman materi lanjutan belum sepenuhnya dilakukan dalam satu sesi.

Seiring dengan berkembangnya kebutuhan mitra, RedDoorz juga menyediakan mekanisme coaching lanjutan yang dapat diakses reseller melalui penyelenggaraan webinar secara berkala untuk memperkuat pemahaman mitra terhadap beragam jenis layanan akomodasi RedDoorz, strategi pemasaran digital, pengelolaan konten, handling customer, serta dinamika promosi melalui media sosial multi-platform. Kombinasi antara coaching awal dan webinar dapat membentuk ekosistem pembelajaran yang berkelanjutan, sehingga proses peningkatan kapasitas mitra tidak berhenti pada tahap edukasi awal, tetapi terus berkembang seiring dengan pengalaman dan kebutuhan RedSeller dalam menjalankan aktivitas pemasaran digital. Selain itu, pembelajaran berbasis daring yang dikombinasikan dengan pendampingan berkelanjutan terbukti lebih efektif dalam mendukung transfer pengetahuan ke dalam praktik dibandingkan pelatihan satu kali tanpa tindak lanjut (Salas et al., 2012).

Implikasi Kegiatan

Pendekatan coaching yang diterapkan dalam kegiatan ini berperan sebagai sarana edukatif yang menekankan proses pembelajaran partisipatif dan kontekstual bagi RedSeller baru. Berbeda dengan metode penyampaian materi satu arah, coaching memungkinkan terjadinya dialog dua arah yang mendorong mitra untuk memahami sistem kerja RedSeller berdasarkan kebutuhan dan pengalaman awal yang mereka

hadapi. Hal ini sejalan dengan pandangan Grant (2017) yang menyatakan bahwa coaching efektif dalam meningkatkan pemahaman dan kesiapan individu karena berfokus pada refleksi, klarifikasi peran, serta pemecahan masalah secara langsung.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa coaching membantu mitra memahami alur operasional RedSeller secara lebih terstruktur, mulai dari peran mitra dalam ekosistem pemasaran digital hingga penggunaan fitur-fitur aplikasi RedSeller. Pemahaman ini menjadi krusial mengingat karakter kemitraan digital yang menuntut kemandirian mitra dalam menjalankan aktivitas promosi. Tanpa pemahaman yang memadai, fleksibilitas kerja yang ditawarkan justru berpotensi menimbulkan kebingungan dan menurunkan motivasi mitra baru.

Selain aspek teknis, coaching juga berkontribusi pada peningkatan pemahaman mitra mengenai strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial multi-platform. Reseller tidak hanya menerima informasi mengenai cara mempromosikan layanan, tetapi juga diajak memahami logika komunikasi pemasaran digital yang menekankan relevansi pesan, kejelasan informasi, dan kesesuaian dengan karakteristik calon pelanggan. Temuan ini mendukung konsep pemasaran modern yang menempatkan kemampuan komunikasi sebagai faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen di ruang digital (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021).

Implikasi penting dari temuan ini adalah bahwa keberhasilan kemitraan digital tidak cukup didukung oleh sistem dan teknologi yang andal, tetapi juga oleh kapasitas individu dalam memaknai dan mengoperasikan sistem tersebut. Dengan demikian, coaching berfungsi tidak hanya sebagai media transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai proses pembentukan pemahaman konseptual dan kesiapan awal RedSeller baru dalam menjalankan peran sebagai mitra pemasaran digital berbasis platform.

Tantangan Kegiatan dan Rekomendasi Pengembangan

Meskipun memberikan dampak positif, pelaksanaan coaching bagi RedSeller baru juga menghadapi sejumlah tantangan yang perlu dicermati secara kritis. Keterbatasan utama kegiatan ini tidak terletak pada efektivitas pendekatan coaching, melainkan pada kompleksitas kebutuhan mitra dalam konteks kerja berbasis platform. Keragaman latar belakang sosial, pendidikan, dan pengalaman kerja mitra RedSeller menciptakan jangkauan kebutuhan pembelajaran yang luas, sehingga satu pola coaching awal belum sepenuhnya mampu menjawab seluruh kebutuhan secara mendalam.

Selain itu, fleksibilitas waktu dan bentuk coaching yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra baru, meskipun adaptif, namun dapat memberikan dampak pada keterbatasan ruang untuk standarisasi materi dan evaluasi yang lebih terukur. Waktu yang relatif singkat membatasi pendalaman materi, terutama pada aspek strategi komunikasi pemasaran yang membutuhkan latihan berulang dan umpan balik berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan pandangan Brennan dan Israel (2008) yang menekankan bahwa penguatan kapasitas individu merupakan proses berkelanjutan dan tidak dapat dicapai melalui intervensi tunggal. Dari beberapa

tantangan tersebut menunjukkan bahwa coaching perlu diposisikan sebagai bagian dari sistem pendampingan berkelanjutan, bukan hanya sebagai edukasi awal.

Rekomendasi pengembangan kegiatan diarahkan pada penyelenggaraan coaching lanjutan berbasis tema, seperti strategi promosi media sosial, optimalisasi konten, handling customer, serta evaluasi performa promosi mitra. Selain itu, penguatan kegiatan melalui webinar dan penyediaan media pembelajaran pendukung, seperti panduan tertulis atau video tutorial, berpotensi membantu mitra memperdalam pemahaman secara mandiri. Pendekatan ini selaras dengan pandangan Grant (2017) yang menekankan bahwa coaching yang efektif bersifat adaptif, dialogis, dan berorientasi pada kebutuhan individu. Berdasarkan refleksi tersebut, pengembangan kegiatan ke depan perlu diarahkan pada pembentukan ekosistem pembelajaran berkelanjutan bagi mitra RedSeller. Dengan pengembangan tersebut, coaching tidak hanya berfungsi sebagai edukasi awal, tetapi juga sebagai sarana penguatan kapasitas mitra RedSeller secara berkelanjutan dalam ekosistem kemitraan digital.

Secara konseptual, temuan ini menegaskan bahwa efektivitas coaching dalam konteks kemitraan digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas materi, tetapi juga oleh kontinuitas pendampingan dan kesesuaian metode dengan karakteristik mitra. Dengan pengembangan yang tepat, coaching berpotensi menjadi model pendampingan strategis dalam memperkuat kesiapan dan keberlanjutan partisipasi RedSeller dalam ekosistem pemasaran digital berbasis platform.

KESIMPULAN

Kegiatan edukasi dan pendampingan melalui coaching bagi RedSeller baru terbukti mampu meningkatkan pemahaman mitra terhadap sistem kerja, penggunaan aplikasi RedSeller, serta strategi pemasaran melalui media sosial multi-platform. Pendekatan coaching yang bersifat fleksibel dan berbasis kebutuhan memungkinkan mitra dengan latar belakang yang beragam untuk memperoleh pemahaman yang lebih kontekstual dan aplikatif. Selain peningkatan aspek kognitif, kegiatan ini juga berkontribusi pada penguatan sikap dan kepercayaan diri mitra dalam menjalankan peran sebagai RedSeller.

Keunggulan utama kegiatan ini terletak pada metode coaching yang adaptif, interaktif, dan relevan dengan karakter kemitraan digital yang fleksibel. Namun demikian, kegiatan ini masih memiliki keterbatasan, terutama terkait perbedaan tingkat pemahaman mitra dan kebutuhan pendampingan yang tidak seragam. Selain itu, meskipun durasi coaching disesuaikan dengan kebutuhan dan permintaan mitra, pendalaman materi tertentu tetap memerlukan dukungan lanjutan. Oleh karena itu, pengembangan kegiatan ke depan dapat diarahkan pada pendampingan berkelanjutan melalui coaching lanjutan yang lebih tematik serta pemanfaatan webinar dan media pendukung lainnya. Dengan penguatan tersebut, coaching tidak hanya berfungsi sebagai edukasi awal, tetapi juga sebagai sarana pengembangan kapasitas mitra RedSeller secara berkelanjutan dalam ekosistem pemasaran digital berbasis kemitraan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brennan, M. A., & Israel, G. D. (2008). The power of community. Community Development Institute, University of Florida.
- Grant, A. M. (2017). The third “generation” of workplace coaching: Creating a culture of quality conversations. *Coaching: An International Journal of Theory, Research and Practice*, 10(1), 37–53. <https://doi.org/10.1080/17521882.2016.1266005>
- Jones, R. J., Woods, S. A., & Guillaume, Y. R. F. (2016). The effectiveness of workplace coaching: A meta-analysis of learning and performance outcomes from coaching. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 89(2), 249–277. <https://doi.org/10.1111/joop.12119>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Pigg, K. E., & Bradshaw, T. K. (2003). Catalytic community development: A theory of practice for changing rural societies. *Journal of the Community Development Society*, 34(2), 20–38. <https://doi.org/10.1080/15575330309490155>
- Salas, E., Tannenbaum, S. I., Kraiger, K., & Smith-Jentsch, K. A. (2012). The science of training and development in organizations: What matters in practice. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(2), 74–101. <https://doi.org/10.1177/1529100612436661>
- Wood, A. J., Graham, M., Lehdonvirta, V., & Hjorth, I. (2019). Good gig, bad gig: Autonomy and algorithmic control in the global gig economy. *Work, Employment and Society*, 33(1), 56–75. <https://doi.org/10.1177/0950017018785616>