Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS) e-ISSN : 2685-6301
Vol. 10, No. 4 Oktober 2026, *pp 453-460* p-ISSN : 2685-5968
https://ejournal.urindo.ac.id/index.php/PAMAS https://doi.org/10.52643/pamas.v10i4.7647

Edukasi Promosi Digital dan Pelayanan Pelanggan bagi Mitra RedSeller RedDoorz melalui Webinar

Digital Promotion and Customer Service Training for RedDoorz RedSeller Partners through a Webinar

Karina Isma Suryarinjani, Ika Korika Swasti
Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jawa Timur, Surabaya, Indonesia
Correspondence Email: 23012010131@student.upnjatim.ac.id

Abstrak

Perkembangan pemasaran digital menuntut mitra RedSeller RedDoorz memiliki kemampuan promosi dan pelayanan pelanggan yang memadai. Namun, dalam pelaksanaannya, RedSeller masih menghadapi kendala, terutama dalam menangani permasalahan pelanggan yang membutuhkan koordinasi dengan hotel mitra. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan edukasi mengenai promosi digital dan pelayanan pelanggan bagi mitra RedSeller RedDoorz. Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa sesi webinar daring menggunakan Google Meet selama Agustus–November 2025 dengan total 66 peserta. Materi mencakup strategi promosi melalui media sosial, penanganan keluhan tamu, teknik *customer handling*, pemahaman Program RedSeller, dan pencegahan *no-show booking*. Evaluasi dilakukan secara kualitatif melalui observasi partisipasi peserta, diskusi, dan tanya jawab selama webinar. Hasil kegiatan menunjukkan keterlibatan peserta dalam diskusi mengenai kendala operasional, termasuk kesulitan menghubungi pihak hotel mitra ketika terjadi permasalahan pelanggan. Temuan tersebut menunjukkan relevansi materi pelayanan pelanggan dengan kebutuhan peserta. Kegiatan ini menjadi sarana edukasi dan pertukaran pengalaman yang dapat mendukung pengembangan kemampuan RedSeller dalam menjalankan aktivitas promosi dan pelayanan pelanggan. Pelatihan lanjutan dan pendampingan berkala diperlukan untuk mendukung penerapan materi secara berkelanjutan.

Kata kunci: Promosi Digital, RedSeller, Pelayanan Pelanggan, Webinar

Abstract

Digital marketing requires RedSeller RedDoorz partners to develop adequate promotional and customer service skills. However, they still face operational challenges, particularly when handling customer issues that require coordination with partner hotels. This community service activity aimed to provide education on digital promotion and customer service for RedSeller RedDoorz partners. The activity consisted of several online webinar sessions conducted via Google Meet from August to November 2025, involving a total of 66 participants. The materials covered social media promotion strategies, guest complaint handling, customer handling techniques, an introduction to the RedSeller program, and no-show booking prevention. Evaluation was conducted qualitatively through observation of participant engagement, discussions, and question-and-answer sessions during the webinars. The results showed participant engagement in discussions about operational challenges, including difficulties contacting partner hotels when customer problems occurred. These findings indicate that the customer service materials were relevant to participants' needs. The activity provided a platform for education and experience sharing that may support RedSeller partners in developing

Article History:
Submitted: 25-12-2025, Revised: 19-10-2026, Accepted: 24-10-2026, Published 31-10-2026

their digital promotion and customer service practices. Further training and periodic mentoring are needed to support the continued application of the materials.

Keywords: Digital Promotion, RedSeller, Customer Service, Webinar

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pelaku usaha memasarkan produk dan berinteraksi dengan konsumen. Pemasaran digital memungkinkan penyampaian informasi dan promosi melalui berbagai kanal daring untuk menjangkau konsumen secara lebih luas (1,2). Dalam industri perhotelan, pemanfaatan media digital menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan layanan dan mendukung kegiatan pemasaran. Penelitian mengenai komunikasi pemasaran pada hotel RedDoorz juga menunjukkan relevansi strategi komunikasi pemasaran dalam upaya meningkatkan okupansi kamar. Oleh karena itu, kemampuan memanfaatkan media digital menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam aktivitas pemasaran perhotelan.

Program RedSeller RedDoorz melibatkan mitra yang berpartisipasi dalam memasarkan properti RedDoorz. Dalam menjalankan peran tersebut, mitra perlu memahami strategi promosi digital, penggunaan fitur program, dan cara berkomunikasi dengan pelanggan. Kemampuan tersebut dibutuhkan agar informasi yang disampaikan kepada calon pelanggan tepat dan pertanyaan maupun kendala pelanggan dapat ditangani dengan baik. Dengan demikian, edukasi bagi mitra RedSeller perlu mencakup promosi digital dan pelayanan pelanggan.

Dalam pelaksanaan aktivitas RedSeller, beberapa kebutuhan edukasi berkaitan dengan penggunaan media sosial untuk promosi, penanganan keluhan tamu, penerapan teknik *customer handling*, pemahaman fitur Program RedSeller, dan pencegahan *no-show booking*. Salah satu kendala yang dibahas dalam kegiatan adalah koordinasi dengan hotel mitra ketika pelanggan mengalami permasalahan setelah tiba di hotel. RedSeller perlu menghubungi pihak hotel untuk membantu penanganan masalah tersebut. Apabila pihak hotel sulit dihubungi, proses penyelesaian keluhan dapat terhambat. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan promosi perlu didukung dengan keterampilan komunikasi dan pemahaman mengenai penanganan permasalahan pelanggan.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital dan pemasaran digital dapat menjadi pendekatan untuk membantu peserta memahami serta memanfaatkan media digital sesuai dengan kebutuhan mereka (3–11). Kegiatan tersebut menjadi rujukan dalam menyusun edukasi yang sesuai dengan kebutuhan peserta. Meskipun demikian, hasil dari kegiatan terdahulu tidak dapat langsung dianggap sebagai hasil kegiatan RedSeller karena sasaran, materi, dan metode evaluasinya berbeda. Oleh sebab itu, kegiatan ini diarahkan pada penyampaian materi yang relevan dengan aktivitas pemasaran RedSeller serta penyediaan ruang diskusi bagi peserta untuk menyampaikan kendala yang dihadapi.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan edukasi kepada mitra RedSeller RedDoorz mengenai strategi promosi melalui media sosial, pelayanan pelanggan, penggunaan fitur Program RedSeller, dan pencegahan *no-show booking*. Kegiatan ini juga bertujuan mengidentifikasi kendala yang disampaikan peserta serta mengevaluasi respons dan keterlibatan mereka selama webinar melalui diskusi, tanya jawab, dan observasi.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan kepada mitra aktif Program RedSeller RedDoorz yang terlibat dalam aktivitas pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan secara daring melalui Google Meet dalam beberapa sesi webinar pada Agustus–November 2025 dengan total 66 peserta. Metode daring dipilih untuk memudahkan partisipasi mitra yang menjalankan aktivitas pemasaran dari berbagai lokasi.

Pelaksanaan kegiatan mencakup tiga tahapan. Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan berdasarkan kendala yang disampaikan oleh RedSeller dalam menjalankan aktivitas pemasaran dan pelayanan pelanggan. Kendala tersebut menjadi dasar penyusunan materi yang meliputi strategi promosi melalui media sosial, teknik *customer handling*, penanganan keluhan tamu, pemahaman fitur Program RedSeller, dan pencegahan *no-show booking*. Tahap kedua adalah pelaksanaan edukasi melalui webinar dengan penyampaian materi dan sesi diskusi interaktif. Tahap ketiga adalah evaluasi pelaksanaan kegiatan melalui pengamatan terhadap keterlibatan peserta, diskusi, dan tanya jawab.

Evaluasi dilakukan secara deskriptif kualitatif berdasarkan respons dan kendala yang disampaikan peserta selama webinar. Dokumentasi kegiatan berupa tangkapan layar pelaksanaan webinar juga digunakan sebagai bukti pendukung pelaksanaan kegiatan. Respons peserta ditelaah untuk melihat keterkaitan materi dengan kebutuhan mitra serta mengidentifikasi permasalahan operasional yang muncul selama diskusi. Karena kegiatan tidak menggunakan *pretest–posttest* atau kuesioner pengukuran pengetahuan, evaluasi tidak digunakan untuk menyimpulkan besarnya peningkatan pengetahuan peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui beberapa sesi webinar daring menggunakan Google Meet pada Agustus–November 2025 dengan total 66 peserta. Kegiatan ini berfokus pada edukasi promosi digital dan pelayanan pelanggan bagi mitra RedSeller RedDoorz. Materi yang disampaikan mencakup strategi promosi melalui media sosial, teknik *customer handling*, penanganan keluhan tamu, pemahaman fitur Program RedSeller, serta pencegahan *no-show booking*. Materi tersebut disusun berdasarkan kebutuhan edukasi yang berkaitan dengan aktivitas pemasaran

dan pelayanan pelanggan mitra.

Selama webinar, peserta memperoleh kesempatan untuk mengajukan pertanyaan dan mendiskusikan kendala yang dihadapi dalam menjalankan Program RedSeller. Salah satu permasalahan yang muncul dalam sesi tanya jawab adalah koordinasi antara RedSeller dan hotel mitra ketika pelanggan mengalami kendala setelah tiba di hotel. Dalam situasi tersebut, RedSeller perlu menghubungi pihak hotel untuk membantu penanganan permasalahan pelanggan. Namun, apabila pihak hotel sulit dihubungi, proses penyelesaian keluhan dapat terhambat. Pembahasan ini menunjukkan adanya tantangan koordinasi dalam pelayanan pelanggan yang perlu diperhatikan dalam edukasi dan pendampingan bagi mitra RedSeller.

Evaluasi kegiatan dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui pengamatan terhadap keterlibatan peserta, diskusi, dan sesi tanya jawab selama webinar. Dokumentasi berupa tangkapan layar digunakan sebagai bukti pendukung pelaksanaan kegiatan, sedangkan kendala operasional yang dibahas dijelaskan berdasarkan pengalaman selama sesi diskusi dan tanya jawab. Peserta terlibat dalam pembahasan permasalahan yang berkaitan dengan aktivitas operasional RedSeller. Namun, karena kegiatan tidak menggunakan *pretest–posttest* atau kuesioner pengukuran pengetahuan, peningkatan pengetahuan maupun keterampilan peserta belum dapat disimpulkan secara terukur.

2. Pembahasan Hasil Kegiatan

Pelaksanaan edukasi melalui webinar menjadi alternatif penyampaian materi bagi mitra yang menjalankan aktivitas pemasaran dari lokasi berbeda. Selain menyampaikan materi secara terstruktur, webinar menyediakan ruang bagi peserta untuk berbagi pengalaman dan mendiskusikan permasalahan yang dihadapi. Pendekatan pelatihan dan pendampingan digital juga diterapkan dalam berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk membantu peserta memahami dan memanfaatkan media digital dalam aktivitas pemasaran. Meskipun demikian, keterlibatan peserta dalam diskusi belum dapat dijadikan bukti langsung bahwa kemampuan mereka telah meningkat. Hasil kegiatan ini lebih tepat dilihat dari relevansi materi dengan kebutuhan mitra dan adanya ruang pertukaran pengalaman.

Materi promosi melalui media sosial diberikan untuk mendukung aktivitas pemasaran yang dilakukan RedSeller. Pemahaman mengenai penyusunan konten dan penyampaian informasi promosi melalui kanal digital relevan dengan kebutuhan mitra dalam memperkenalkan properti RedDoorz kepada calon pelanggan (5–9). Selain itu, materi mengenai fitur Program RedSeller dan pencegahan *no-show booking* berkaitan dengan pemahaman prosedur program serta upaya mengurangi kendala dalam proses pemesanan. Namun, tanpa pengukuran sebelum dan sesudah kegiatan maupun pemantauan penerapan materi, efektivitas edukasi terhadap perubahan perilaku promosi atau hasil penjualan belum dapat dipastikan.

Dari sisi pelayanan pelanggan, pembahasan mengenai kesulitan menghubungi hotel mitra menunjukkan bahwa penanganan keluhan tidak hanya bergantung pada kemampuan komunikasi RedSeller, tetapi juga pada koordinasi dengan pihak hotel (12–15). Ketika pelanggan mengalami masalah setelah tiba di hotel, komunikasi yang jelas dan prosedur eskalasi keluhan yang terarah dapat membantu proses penanganan. Kajian mengenai *service recovery* dalam industri perhotelan juga relevan untuk memahami pentingnya penanganan permasalahan layanan dalam pengalaman pelanggan. Namun, penyelesaian kendala koordinasi tersebut tidak sepenuhnya berada dalam kendali RedSeller karena turut bergantung pada respons pihak hotel mitra.

Berdasarkan pembahasan tersebut, kegiatan edukasi berikutnya dapat dilengkapi dengan pendampingan yang lebih praktis, misalnya melalui studi kasus penanganan keluhan, penyusunan alur eskalasi permasalahan kepada hotel mitra, dan panduan komunikasi ketika terjadi kendala pelayanan. Evaluasi berkala juga dapat dilakukan melalui kuesioner atau pengukuran sebelum dan sesudah pelatihan serta pemantauan penerapan materi. Langkah tersebut diharapkan dapat membantu menilai pemahaman dan penerapan materi secara lebih sistematis serta mengidentifikasi kebutuhan pengembangan kompetensi mitra.

3. Dokumentasi Kegiatan

Dokumentasi berupa tangkapan layar menunjukkan pelaksanaan webinar daring yang melibatkan mitra RedSeller RedDoorz. Dokumentasi tersebut digunakan sebagai bukti pendukung pelaksanaan kegiatan, sedangkan kendala operasional yang dibahas dalam sesi tanya jawab dilaporkan berdasarkan pengalaman selama kegiatan.



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan webinar Program RedSeller RedDoorz

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis (2025)

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui webinar bagi mitra RedSeller RedDoorz telah dilaksanakan pada Agustus–November 2025 dengan total 66 peserta. Materi yang diberikan meliputi strategi promosi melalui media sosial, pelayanan pelanggan, penanganan keluhan, pemahaman fitur Program RedSeller, dan pencegahan *no-show booking*. Diskusi dan tanya jawab selama kegiatan menunjukkan relevansi materi dengan kebutuhan mitra, termasuk kendala koordinasi dengan hotel mitra ketika terjadi permasalahan pelanggan. Namun, karena tidak dilakukan pengukuran sebelum dan sesudah pelatihan, peningkatan pengetahuan maupun keterampilan peserta belum dapat dinilai secara terukur.

Untuk mendukung penerapan materi secara berkelanjutan, kegiatan selanjutnya disarankan mencakup pendampingan berkala, pembahasan studi kasus, dan penyusunan panduan penanganan keluhan serta koordinasi dengan hotel mitra. Evaluasi melalui kuesioner atau pengukuran sebelum dan sesudah pelatihan juga dapat diterapkan untuk menilai pemahaman peserta dan mengidentifikasi kebutuhan edukasi berikutnya.

PERNYATAAN PENGGUNAAN AI

Dalam proses penyusunan dan revisi naskah, kecerdasan buatan *Artificial Intelligence* (AI) digunakan sebagai alat bantu untuk memperbaiki struktur tulisan, kejelasan bahasa, dan konsistensi penyajian naskah. Penulis tetap bertanggung jawab atas keakuratan informasi, isi ilmiah, serta referensi yang digunakan dalam artikel.

KONTRIBUSI PENULIS

Penulis pertama bertanggung jawab atas penyusunan naskah, pengumpulan informasi, dokumentasi kegiatan, analisis hasil kegiatan, dan revisi artikel. Penulis kedua berperan dalam pembimbingan akademik dan peninjauan naskah sesuai dengan kontribusi yang diberikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada PT Commeasure Solutions Indonesia (RedDoorz Indonesia) atas kesempatan dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan edukasi bagi mitra RedSeller RedDoorz. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada para mitra RedSeller yang telah berpartisipasi dalam kegiatan webinar, sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

1. Esmark Jones C, Waites S, Stevens J. Influence of social media posts on service performance. J Serv Mark. 4 Agustus 2021;36(2):283–96. doi:10.1108/JSM-08-2020-0361
2. Sánchez Jiménez MÁ, Gómez Carmona D, Moral Moral M. Evolution of the impact of social media

in hospitality: A bibliometric analysis. J Destin Mark Manag. 1 Maret 2024;31:100868. doi:10.1016/j.jdmm.2024.100868

3. Community-led digital literacy training: Toward a conceptual framework - Detlor - 2022 - Journal of the Association for Information Science and Technology - Wiley Online Library [Internet]. [dikutip 18 Oktober 2026]. Tersedia pada: https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/asi.24639
4. Santosa W, Octaviani D, Esther AM, Darmawan AA, Fadillah R, Haryanto JVA. Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Calon Wirausahawan di Panti Sosial Bina Remaja Taruna Jaya Jakarta Timur. JURPIKAT. 11 Januari 2025;6(1):516–24. doi:10.37339/jurpikat.v6i1.2266
5. Setiyawan A, Erikawati C, Mumtaz L, Susilowati E. Optimalisasi digital marketing bagi UMKM: Pelatihan digital marketing dan strategi konten di sosial media. Penamas J Community Serv. 3 Agustus 2025;5(3):387–95. doi:10.53088/penamas.v5i3.2158
6. Sudarman D, Hananto D. Pelatihan Social Media Marketing dan Customer Brand Engagement pada UMKM PPMT (Perhimpunan Pelaku Usaha Mikro Tangerang Selatan). PORTAL Ris DAN Inov Pengabdi Masy. 11 Desember 2024;4(1):17–26. doi:10.55047/prima.v4i1.1526
7. Fadhli K, Satiti WS, Sa'adah L, Pratiwi T, Pradita S, Maulana MA, dkk. Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Pelaku UMKM Desa Dukuhmojo-Mojoagung Menggunakan Media Sosial WhatsApp dan Instagram. Jumat Ekon J Pengabdi Masy. 30 April 2024;5(1):32–6. doi:10.32764/abdimasekon.v5i1.4461
8. Afandi A, Lubis MA, Hayati I. Empowering Medan MSMEs through digital marketing training. Community Empower. 30 Desember 2023;8(12):2080–7. doi:10.31603/ce.10708
9. NGABDI: Scientific Journal of Community Services [Internet]. [dikutip 18 Oktober 2026]. Tersedia pada: https://journal.csspublishing.com/index.php/ngabdi
10. Asizah ABM, Aris V, Taufik M, Ruslan A, Hamzah MQ, Asmirani S. PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM MUDEENA FOOD DI KOTA MAKASSAR | Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin [Internet]. 31 Oktober 2025 [dikutip 18 Oktober 2026]. Tersedia pada: https://jurnal.univrab.ac.id/index.php/jpm/article/view/6778
11. Sasena DF, Meiriyanti R. Empowering Wedang Uwuh MSMEs through Basic Digital Marketing Training in Wukirsari Village. J Int SDGs Community Serv. 3 Maret 2025;1(1). doi:10.9319/jiscs.v1i1.61994
12. Ravichandran T, Deng C. Effects of Managerial Response to Negative Reviews on Future Review Valence and Complaints. Inf Syst Res. Maret 2023;34(1):319–41. doi:10.1287/isre.2022.1122
13. Wu J, Zhao N. What consumer complaints should hoteliers prioritize? Analysis of online reviews under different market segments. J Hosp Mark Manag. 2 Januari 2023;32(1):1–28.

doi:10.1080/19368623.2022.2119187

14. Wan YN, Forey G. Hospitality Discourse on Social Media: Evaluating Online Complaints and Service Recovery for Luxury Hotels. J Lang Teach Res. 1 Maret 2024;15(2):364–73. doi:10.17507/jltr.1502.05
15. Tengilimoglu E, Öztürk Y. The effects of eWom triggered service recovery on customer citizenship behavior in the hospitality industry: The moderating role of failure severity. Int J Tour Res. 2024;26(4):e2673. doi:10.1002/jtr.2673