



MENGENALI KUALITAS COACHING YANG BAIK



Jennie Maria Xue
Penulis buku-buku bisnis,
populer, pengajar di California
dan Jakarta.

Begitu banyak *coach* yang menawarkan berbagai jasa kepada para pelanggan individu maupun korporat. Namun, bisakah Anda mengenali kualitas *coaching* terbaik dari yang baik dan yang baik dari yang biasa-biasa saja? Nama yang terkenal belum tentu merupakan jaminan

kualitas. Ada beberapa ciri yang perlu diperhatikan dari seorang *coaching* yang baik dan terbaik.

Di sini penulis menggunakan terminologi "*coaching*" yang berbeda dari "*motivator*." Seorang *coach* yang bereputasi baik menjalankan prinsip-prinsip *coaching* berdasarkan ilmu psikologi positif yang bisa diukur, ditargetkan, dan dipertanggungjawabkan

secara keilmuan. Sedangkan seorang *motivator* mempunyai fungsi yang berbeda dari *coaching*. Seorang *motivator* mempunyai kebebasan penuh dalam berimprovisasi dan bisa dilakukan dalam satu sesi untuk memicu semangat.

Pertama-tama, Anda perlu mengenali bahwa tidak ada "*one size fits all*" dalam *executive coaching*. Seorang *coach* berfungsi mirip seperti seorang dokter atau psikolog yang perlu mendiagnosis masalah dan akar dari persoalan. Bisakah obat yang sama digunakan untuk penyakit yang berbeda? Tentu tidak. Demikian juga dengan *coaching*.

Seorang klien biasanya memerlukan *coaching* untuk mencapai tujuan tertentu yang perlu diukur agar bisa dipertanggungjawabkan. Selain itu, pengukuran "sebelum" dan "sesudah" *coaching* dilaksanakan membuktikan perkembangan positif, sehingga klien mempunyai pegangan dalam merepetisi aktivitas yang bermanfaat.

Keunikan dan kebutuhan klien merupakan rambu dan *point of reference* seorang *coach* yang baik. Ia tidak dengan serta-merta memberikan solusi yang sama bagi semua kliennya. Ia juga memberikan teladan akan proses pencapaian tujuan dan proses pembelajaran yang perlu dijalankan terus-menerus.

Industri *executive coaching* sendiri telah memasuki era maturitas, di mana pasar sudah mengenali keunggulannya dan perlu diferensiasi yang jelas agar masih bisa melakukan penetrasi. Klien mengenali dan akan semakin baik dalam

mengidentifikasi para *coach* andal.

Pada dasarnya, seorang *coach* mempunyai fungsi utama "membangun" potensi kepemimpinan seseorang. Ini bisa dilakukan dengan tatapan muka individu maupun dalam grup. Perspektif yang digunakan bisa dari berbagai segi dan menggunakan *data set* yang bisa dipercaya.

Objektif dari setiap sesi *coaching* adalah: meningkatkan kesadaran diri, membangun proses belajar mandiri, meningkatkan efektivitas diri, membangun pengaruh, menjembatani kepercayaan diri, dan membangun resiliensi dan kebijaksanaan. Jadi, apabila Anda adalah individu yang perlu menggunakan jasa dari seorang *coach*, sudah sepantasnya Anda mengenali objektif dan tanyakan kepada calon *coach* tersebut.

Empat kuadran yang dipakai dalam matriks *coaching* adalah: organisasional, perilaku, personal, dan hasil akhir. Keempat kuadran tersebut merupakan kerangka program *coaching* yang fleksibel berdasarkan kebutuhan.

Seorang *coach* yang baik juga diharapkan berpartisipasi aktif dalam proses bimbingan, membuka diri terhadap pembelajaran, membuka diri terhadap perubahan, bersedia keluar dari zona nyaman, dan berorientasi masa depan. Dari wawancara awal dengan calon klien, seorang *coach* perlu mengidentifikasi tiga tingkatan pembelajaran: membangun mental taktis dan strategis dalam penyelesaian masalah, membangun kapasitas

kepemimpinan yang fleksibel, dan mempelajari cara belajar yang baik dan benar.

Di Indonesia, sering kali seorang calon klien belum memiliki cara belajar yang baik dan benar, sehingga poin ketiga ini sangat berharga untuk dimasukkan ke dalam program *coaching*. Topik ini juga merupakan salah satu bagian yang paling berharga bagi para *coachee* alias klien.

Seorang *coach* bisa saja mempunyai sertifikasi internasional dari International Coach Federation (ICF). Namun ini bukan merupakan jaminan kualitas. Tetapi yang pasti, seorang *coach* yang baik mempunyai *core competencies* sebagai berikut: mempunyai dasar profesional yang etikal dan bisa dipertanggungjawabkan, mampu membangun hubungan baik berdasarkan kepercayaan, mampu berkomunikasi secara efektif, dan mampu memfasilitasi proses pembelajaran dan mampu mengukur hasil akhirnya.

Profesionalisme sebagai seorang *coach* menentukan hasil akhir proses *coaching*, mengingat proses pembelajaran membutuhkan hubungan timbal-balik yang setara antara *coach* dan klien. Kultur komunikatif yang aktif perlu dibangun terutama di Indonesia yang lebih pasif daripada di dunia barat. Di sinilah peran dan profesionalisme seorang *coach* menentukan kualitas *coaching*. Selamat ber-*coaching* ria. **LB**