

PENERAPAN SIKLUS MANAJEMEN PENGETAHUAN SEBAGAI UPAYA PENDAMPINGAN UMKM SUSU KEDELAI MURNI DI DENPASAR BALI

I Putu Max Mahardika¹, Agung Kadek Indra Palguna², Ida Bagus Kurniawan³

^{1,2,3}Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Digital, Universitas Dhyana Pura, Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya, Dalung, Kuta Utara, Badung, Bali, Indonesia;
Email: ¹20210601012@undhirabali.ac.id; ²20210601006@undhirabali.ac.id;
³baguskurniawan@undhirabali.ac.id

ABSTRAK

Susu kedelai murni merupakan terletak di jl. Banteng, Danginpuri Kaja, Denpasar Timur – Bali. Merupakan sebuah UMKM yang menjual minuman berbahan dasar sari kedelai murni yang diperoleh dari proses panjang pengolahan kedelai sehingga menjadi susu yang siap untuk dikonsumsi. UMKM Susu Kedelai Murni ini dikelola oleh pemiliknya yaitu Bapak Putu Suastika dengan 5 karyawannya. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM susu kedelai murni saat ini ialah usaha ini belum memiliki kemasan yang menarik karena hanya dikemas dengan botol plastik polos 600 ml yang tidak berisikan label kemasan serta akun sosial media untuk memasarkan produk susu kedelai murni ini untuk memperoleh jangkauan pasar yang lebih luas. Metode yang digunakan ialah pendampingan kepada mitra, yang bertujuan untuk menganalisis usaha tersebut untuk dapat mengetahui kendala yang dihadapi oleh mitra, selanjutnya dengan memberikan pendampingan kepada mitra terkait siklus manajemen pengetahuan (SECI), serta membuat mitra design kemasan produk dan sosial media instagram untuk dipergunakan dalam pemasaran sosial media.

Kata kunci: Susu Kedelai Murni, Manajemen Pengetahuan, Kemasan, SECI

1. Pendahuluan

Kewirausahaan merupakan pondasi dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. (Meisha dkk. 2022) UMKM pada masa pandemi sangat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pertumbuhan dan ketahanan ekonomi Indonesia (Pradana dkk. 2021). Pandemi yang datang secara tiba-tiba memberikan peluang untuk beberapa pihak untuk membuat usaha baru. Situasi ini membuat persaingan bisnis semakin ketat dan ramai di era globalisasi.

Menjual minuman berbahan dasar sari kedelai murni dapat memberikan prospek usaha yang sangat baik bagi para pengusaha baru. UMKM Susu Kedelai Murni merupakan usaha kecil yang didirikan pada bulan Februari 2022 oleh Bapak Putu Suastika yang terletak di jalan Banteng, Danginpuri Kaja, Denpasar Timur, Bali. Susu kedelai merupakan susu dengan harga murah, memiliki nilai gizi tinggi serta cocok untuk golongan umur tua dan muda (Rohmani, Yugatama, Prihapsara 2018), mengingat susu kedelai biasa dikonsumsi sebagai pengganti susu sapi, bebas laktosa, lebih ekonomis dan merupakan sumber protein yang baik bagi tubuh. Sehingga mengkonsumsi susu kedelai sangat bagus buat menjaga ketahanan tubuh khususnya.

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra saat ini terdapat dalam kemasan. Dimana saat ini mitra hanya menjual produk susu kedelai murni ini dalam kemasan botol polos 600ml. hal ini menyebabkan kurangnya *brand awareness* dari produk

oleh pelanggan. Mitra juga mengeluhkan sulitnya mencari karyawan yang mau berjualan keliling menggunakan motor. memerlukan sosial media untuk dapat menjual produknya lebih banyak tanpa harus berkeliling menggunakan motor, menimbang sulitnya untuk mencari karyawan untuk berjualan.



Gambar 1. proses penjualan susu kedelai murni

Pendampingan ini memiliki target luaran untuk membantu dan mitra dalam membuat dan memaksimalkan sosial media sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memaksimalkan tenaga tanpa harus menambah karyawan. Dan tim pendamping membuatkan label dan SOP dalam pengemasan produk untuk meningkatkan brand awareness dan hygenitas produk.

2. Metode

Dalam proses penyelesaian masalah yang dihadapi mitra tim menggunakan metode manajemen pengetahuan dan SECI sebagai metode dalam kegiatan pendampingan ini. Menurut Becerra-Fernandez (2010) dan Sabherwal (Zuraidah 2018) menyatakan bahwa secara sederhana knowledge manajemen dapat didefinisikan sebagai sebuah tindakan yang untuk mendapatkan hasil dari sumber pengetahuan.

Menurut Nonaka dan Takeuchi (1995) (Palguna dkk. 2022) pengetahuan dapat diciptakan melalui interaksi antara pengetahuan tacit dan pengetahuan eksplisit dimana interaksi ini dibagi dalam empat fase konversi pengetahuan sebagai berikut:

1. Sosialisasi (*Socialization*) merupakan proses dimana individu saling berbagi pengalaman sehingga dapat menghasilkan pengetahuan tacit seperti keterampilan teknis.

2. Eksternalisasi (*Externalization*) merupakan proses lanjutan dari sosialisasi dimana pengetahuan tacit yang didapatkan di transformasikan kedalam bentuk konsep, hipotesis atau model.
3. Kombinasi (*Combination*) adalah proses menggabungkan pengetahuan eksplisit yang sudah ada seperti dokumen, artikel atau video sehingga menyebabkan generasi pengetahuan baru bagi individu.
4. Internalisasi (*Internalization*) adalah proses konversi pengetahuan eksplisit ke dalam pengetahuan tacit yang sering dikaitkan sebagai *learning by doing*.



Gambar 2. Diagram SECI-Nonaka & Takeuchi
Sumber: Google

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam proses pendampingan terhadap UMKM Susu Kedelai Murni di Denpasar tim menerapkan metode seci dalam proses pendampingan kepada mitra sehingga memperoleh hasil sebagai berikut:

1. *Socialization* (sosialisasi)

Tim melakukan observasi ke lokasi UMKM Susu Kedelai Murni di Denpasar serta melakukan wawancara terhadap mitra dan karyawan yang bekerja di usaha tersebut sehingga tim menemukan beberapa masalah yang terjadi di lapangan, seperti kemasan susu yang belum mempunyai label serta proses pemasaran yang masih konvensional sehingga proses pemasaran produk menjadi kurang maksimal. dari proses yang telah dijalani sehingga memperoleh hasil yang telah disetujui oleh mitra yaitu, sehingga mitra bersedia menerima solusi dari tim untuk membuatkan label pada kemasan produknya serta membuatkan mitra akun sosial media instagram untuk dapat memperluas jangkauan pasarnya.



Gambar 3. Wawancara dan observasi ke tempat mitra

2. *Externalization* (eksternalisasi)

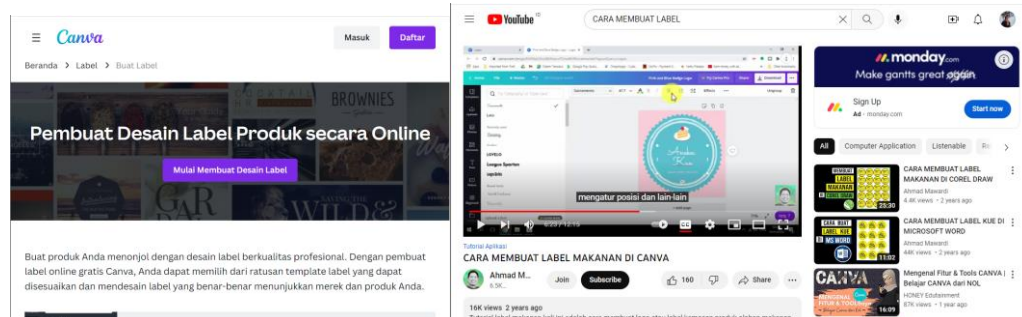
setelah proses sosialisasi tim mencoba menggali informasi dari seorang yang *expert* di bidang pemasaran dan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin bagaimana tahapan proses pemasaran agar berhasil, kali ini tim melakukan wawancara kepada salah satu Owner di sebuah perusahaan yaitu Bapak Agung Kadek Hadi Putra Juliana (Owner Klinik Bhaktivedanta). beliau memiliki trek record yang sangat baik di bidang pemasaran dan terbukti telah berhasil merintis perusahaannya sehingga bisa berkembang dengan pesat dan rekaman suara saat tim melakukan wawancara (*tacit knowledge* menjadi *explicit knowledge*) kemudian tim mengaplikasikannya menjadi sebuah kerangka desain kemasan produk dan akun sosial media instagram yang akan dipergunakan untuk menunjang kegiatan pemasaran produk.



Gambar 4. Wawancara dengan bapak Agung

3. *Combination* (kombinasi)

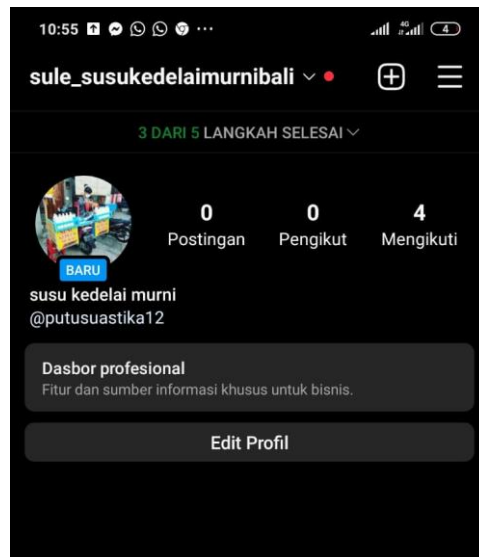
setelah memperoleh masukan dari seseorang yang ahli dibidang pemasaran serta hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan UMKM Susu Kedelai Murni, tim pendamping mengkombinasikan masukan-masukan dari berbagai pihak dengan desain kemasan dan sosial media dari internet yang bergerak di industri yang sama sehingga tim memperoleh bentuk design final serta akun sosial media yang menarik untuk menunjang proses pemasaran susu kedelai murni. dengan dibuatnya label kemasan produk serta akun sosial media diharapkan dapat memperbanyak peluang terjualnya produk.



Gambar 5. Proses kombinasi dalam membuat label kemasan.

4. *Internalization* (internalisasi)

desain kemasan dan akun sosial media yang sudah rampung kemudian diserahkan kepada mitra untuk selanjutnya dapat dipergunakan dalam pengemasan produk dan pemasaran produk. tim melakukan pelatihan proses pemasangan label kemasan produk serta mengajarkan kepada pemilik usaha bagaimana proses pemasaran melalui media sosial instagram. dengan dibuatnya label serta akun sosial media tersebut diharapkan dapat menambah minat beli konsumen dan memperluas jangkauan pasar UMKM Susu Kedelai Murni.



Gambar 6. Hasil Proses Internalisasi

4. **Simpulan**

Masalah yang dihadapi oleh Mitra UMKM Susu Kedelai Murni ada pada ranah pemasaran yang mana kurangnya kesadaran merek dari pelanggan terhadap produk mitra. Maka dari itu tim berdiskusi dengan pemilik UMKM untuk mengatasi hal tersebut. Di samping itu Tim bersama mitra dapat menggali banyak kondisi dan situasi yang sering dihadapi mitra di lapangan. Adapun hasil yang dicapai bersama mitra yaitu tim membuatkan sosial media dan desain kemasan guna meningkatkan kesadaran merek mitra. Implikasi dari kegiatan tim ini diharapkan dapat mengembangkan potensi pemasaran dan penjualan mitra UMKM Susu Kedelai Murni. Dengan memaksimalkan sosial media yang dimiliki, meningkatkan potensi pendapatan mitra, serta dapat

- menambah peluang mitra untuk memperluas jangkauan pemasarannya dan memperoleh profit yang lebih.

5. Daftar Rujukan

- Meisha, Ni Putu Artawidya, Ni Putu Hari Surya Laksmi, Apolonia D. M. Aryati, Rai Teddy Prastika, Ni Putu Dyah Krismawintari, dan Putu Chris Susanto. 2022. "Pendampingan Penerapan Digital Marketing Pada Subak, Kwt Dan Up2k Desa Catur Kintamani - Bangli." *Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK)* 4 (1). <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/SINAPTEK/article/view/1659>.
- Palguna, Agung Kadek Indra, Ni Luh Juli Widyaningsih, Virginia Claudia Kaunang, dan Putu Chris Susanto. 2022. "Pengembangan Usaha Madu Hutan Amrita Pure Honey Dengan Penerapan *Knowledge Management*." *Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK)* 4 (1). <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/SINAPTEK/article/view/1658>.
- Pradana, Eka Yudhistira, Moh Misbachuddin, Oktaviani Nur Fitria, Misbahul Munir, Moh Rizal Abdillah, Muhammad Trisanto, Reynaldy Ardiansyah Wijana, dkk. 2021. "Meningkatkan Ekonomi Mandiri Usaha Susu Kedelai Di Masa Pandemi Covid-19." *Among : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3 (1): 34–39.
- Rohmani, Yugatama, Prihapsara, Sholichah, Adi, Fea. 2018. "Innovations Healthy Drinks in Source of Soybean in Community Empowerment through Entrepreneurship in Sukoharjo District | Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat." 2018. <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/j-agrokreatif/article/view/22441>.
- Sundari, Putri, Naura Mutia Astari, dan Vita Efelina. 2022. "Penerapan Strategi Pemasaran UMKM Susu Kedelai Desa Kutagandok." *JURMATIS: Jurnal Manajemen Teknologi Dan Teknik Industri* 4 (1): 65–79. <https://doi.org/10.30737/jurmatiss.v4i1.1994>.
- Zuraidah, Eva. 2018. "Knowledge Management System Untuk SDM Menggunakan Seci Model (Studi Kasus: Koperasi Karyawan)." *Jurnal Informatika* 5 (1): 157–68.