

## PENERAPAN MANAJEMEN PENGETAHUAN UNTUK STRATEGI PEMASARAN C-CAFÉ JIMBARAN SEBAGAI CO-WORKING SPACE

Carolina Widyawati<sup>1</sup>, Della Fitria Wahyuni<sup>2</sup>, Karolina Ina Kaka<sup>3</sup>,  
Indra Tirta Saman<sup>4</sup>, Putu Chris Susanto<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Digital, Fakultas Vokasi, Universitas Dhyana Pura, Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya Dalung Kuta Utara, Bali, Indonesia

<sup>5</sup> Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora, Universitas Dhyana Pura, Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya Dalung Kuta Utara, Bali, Indonesia

Email: 21210601004@undhirabali.ac.id; 21210601007@undhirabali.ac.id;  
21210601003@undhirabali.ac.id; 21210601009@undhirabali.ac.id;  
chris.susanto@undhirabali.ac.id

### ABSTRAK

C-Café adalah sebuah usaha makanan dan minuman (*F&B*) yang terletak di daerah Jimbaran, Bali. Usaha ini berdiri sejak 2021, yang awalnya didirikan sebagai tempat bersantai dan membeli makanan dan minuman bagi para kandidat yang sedang mengurus berkas di agen kapal pesiar yang terletak persis di sebelah C-Café. Usaha kemudian berkembang menjadi kedai makanan dan minuman untuk umum, yang cenderung lebih diminati sebagai *café* oleh pelanggan pada malam hari dan sebagai *co-working space* pada siang hari. C-Café juga melayani pesanan melalui *platform* pesan antar makanan secara daring. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah bagaimana meningkatkan kunjungan tamu di pagi dan siang hari (*breakfast* dan *lunch*) sebagai *café* yang kondusif untuk bekerja (*co-working*). Tim menerapkan manajemen pengetahuan (*knowledge management*), spesifiknya siklus SECI untuk membantu mitra mengembangkan solusi: dimulai dari eksplorasi potensi *café* sebagai *co-working space* (*socialization*), melakukan pencatatan ide-ide pengembangan dan pemasaran *café* sebagai *co-working space* (*externalization*), kemudian melakukan *benchmarking* praktik baik terutama melalui praktik *copywriting* di *platform* Instagram (*combination*), serta menyampaikan rekomendasi strategi kepada mitra (*internalization*).

**Kata kunci:** *café*, *co-working space*, manajemen pengetahuan, pemasaran *digital*, strategi pemasaran

### 1. Pendahuluan

Salah satu usaha pendukung pariwisata yang berkembang di Bali adalah Usaha *F&B*. *Ccafé* merupakan salah satu usaha yang berfokus pada (*F&B*) yang terletak di daerah Jimbaran, Bali. Usaha ini di rintis pada tahun 2021 dengan pada saat itu hanya digunakan sebagai tempat bersantai kandidat yang akan mendaftar di agen kapal pesiar dan sekarang sudah berkembang menjadi bisnis untuk umum. Sampai saat ini karena *CCafé* sudah menjadi *Cafe* umum maka *CCafé* sudah memiliki pelanggan tetap baik itu pelanggan yang datang secara langsung maupun pesanan lewat *Go Food*. Sejauh ini *CCafé* memiliki 5 (lima) orang staf dengan penempatan posisi sebagai *Kasir*, *Barista*, *Waiter/Waitress* dan *Chief*.

Salah satu keunikan dan keunggulan dari *Ccafé* adalah *Ccafé* ini memiliki bangunan yang *Clasik* dan *modern*, sehingga menyebabkan banyak pengunjung yang lebih memilih mengunjungi *café* ini di malam hari dibandingkan pada siang hari. *Cafe* ini lebih bagus pada saat malam hari karena *view* dan nuansa *klasik* serta *modern* akan terasa pada malam hari sehingga para pengunjung lebih merasa *relax*.

Tim Mahasiswa dari program studi D3 manajemen pemasaran digital Universitas Dhayan Pura dalam projek mata kuliah *knowledge management*, melakukan pendampingan terhadap salah satu usaha makanan dan minuman di Jimbaran, Bali yang bernama C-Cafe (Gambar 1).

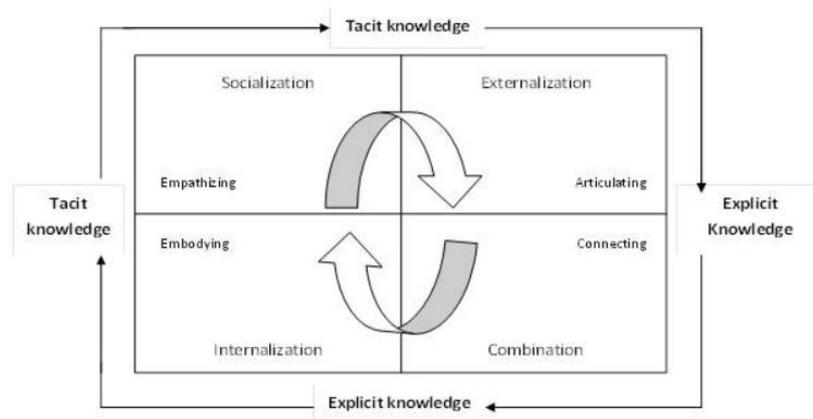


Gambar 1. Tampilan *Co-Working Space* C-Cafe

Masalah yang dihadapi mitra saat ini adalah bagaimana meningkatkan kunjungan tamu di pagi dan siang hari (*breakfast* dan *lunch*) sebagai *café* yang kondusif untuk bekerja (*co-working*). Tujuan dari pendampingan Tim adalah menerapkan manajemen pengetahuan, spesifiknya siklus SECI untuk membantu mitra mengembangkan solusi. Harapan dari Tim setelah melakukan pendampingan kepada C-Cafee dengan menerapkan siklus SECI adanya perkembangan terhadap meningkatnya kunjungan tamu di pagi dan siang hari (*breakfast* dan *lunch*).

## 2. Metode

Untuk masalah yang dihadapi mitra, solusi yang bisa ditawarkan oleh Tim ialah dengan menerapkan siklus SECI. Model siklus SECI Pembentukan pengetahuan organisasi, seharusnya dipahami sebagai sebuah proses yang mana secara organisasi membesarkan pengetahuan yang dibentuk oleh individu tersebut, dan mengukuhkannya sebagai bagian dari jaringan pengetahuan di dalam organisasi (Nonaka & Takeuchi dalam Avdimiotis et al., 2022). Interaksi tersebut dikemukakan dalam empat fase konversi pengetahuan yaitu *Socialization*, *Externalization*, *Combination*, *Internalization* (Gambar 2).



Gambar 2. Siklus SECI (Avdimiotis et al., 2022)

Pendampingan Tim dilakukan penerapan siklus SECI untuk mitra (C-Cafee) untuk diterapkan dalam meningkat pelanggan. Spesifikasinya siklus SECI untuk membantu mitra mengembangkan solusi: dimulai dari eksplorasi potensi cafe sebagai *co-working space (socialization)*, melakukan pencatatan ide-ide pengembangan dan pemasaran cafe sebagai *co-working space (externalizatio)*, kemudian melakukan *benchmarking* praktik baik pengembangan dan pemasaran *digital* terutama melalui praktik *copywriting* di platform instagram (*combination*), serta menyampaikan rekomendasi strategi kepada mitra (*internalization*).

### 3. Hasil dan Pembahasan

Bersama-sama dengan Mitra, Tim melakukan pendampingan berupa penerapan manajemen pengetahuan melalui siklus SECI. Penerapan usaha berbasis *knowledge management* sebelumnya sudah dilakukan dalam konteks UMKM yang berbasis usaha jasa yakni *rental* sepeda motor (Mahardika et al., 2022), usaha makanan dan minuman (Juniantari et al., 2022), serta produksi madu hutan berbasis sumber daya lokal (Palguna et al., 2022). Dalam penerapannya di C-Cafe, manajemen pengetahuan melalui siklus SECI diterapkan oleh Tim sebagai berikut:

#### 1) SOCIALIZATION

Pada tahap ini Tim melakukan diskusi dengan mitra mengenai masalah yang ada. Hasil dari diskusi Tim dan Mitra adalah bahwa mitra menerima solusi yang ditawarkan oleh Tim untuk mengeksplorasi potensi cafe sebagai *co-working space*.

#### 2) EXTERNALIZATION

Setelah hasil diskusi, tim melaksanakan metode *externalization* yaitu mengubah *tacit knowlegde* menjadi menjadi *explicit knowledge*. Disini tim melakukan pencatatan ide-ide pengembangan dan pemasaran cafe sebagai *co-working space*.

#### 3) COMBINATION

Di tahap metode kombinasi ini Tim mengkombinasikan *explicit knowledge* yang didapat dengan *explicit knowledge* yang sudah ada. Tim melakukan *benchmarking* praktik baik pengembangan dan pemasaran digital terutama melalui praktik *copywriting* di platform Instagram. Contoh *benckmarking* yang dilakukan yaitu perbandingan C-Cafe dan Nyom Nyom café, dimana nyom nyom café memiliki tempat yang strategis dicanggu dan *center of tourism* dan nyom nyom punya penginapan (*home stay*) sendiri yang dekat dengan cafe tersebut sehingga tamu yang menginap di *home stay* tersebut sering di rekomendasikan untuk makan di nyom nyom dan kebetulan di nyom nyom cafee juga bisa di jadikan tempat *meeting* atau sebagai tempat tongkrongan.

#### 4) INTERNALIZATION

Dalam metode eksternalisasi, TIM mengubah *explicit knowledge* ke *tacit knowledge*, yaitu menyampaikan rekomendasi strategi kepada mitra.

### 4. Simpulan

Masalah yang dihadapi oleh mitra C-Cafe adalah bagaimana meningkatkan kunjungan tamu di pagi dan siang hari (*breakfast* dan *lunch*) sebagai cafe yang kondusif untuk bekerja (*co-working*). Setelah berdiskusi dengan mitra, tim menawarkan solusi untuk mengatasi situasi tersebut. Solusi yang ditawarkan Tim

adalah menerapkan manajemen pengetahuan, spesifikasinya siklus SECI untuk membantu mitra. Dari pendampingan yang dilakukan, Tim dapat memberikan rekomendasi bagi pengembangan dan pemasaran usaha Mitra, tidak hanya sebagai cafe yang ramai pada saat jam-jam makan (*breakfast* dan *lunch*), namun juga sepanjang hari dengan target pasar dan upaya-upaya pemasaran sebagai sebuah *co-working space*.

## 5. Daftar Rujukan

- Avdimiotis, S., Kilipiris, F., Tragouda, A., 2022. SECI model questionnaire validation for hospitality establishments. *International Journal of Technology Marketing* 16, 370–385. <https://doi.org/10.1504/IJTMKT.2022.126274>
- Juniantari, N.P., Wulandari, F., Asih, N.M.S., Krisna, I.G.N., Susanto, P.C., 2022. Pendampingan Manajemen Pengetahuan terhadap Sunshine Ice Coffee Desa Tibubeneng Kabupaten Badung. *Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK)* 4. <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/SINAPTEK/article/view/1661>
- Mahardika, I.P.M., Suadesi, K.W., Sukmaningrum, A., Susanto, P.C., 2022. Pendampingan Usaha Ketut Bagong Rental melalui Penerapan Siklus Manajemen Pengetahuan. *Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK)* 4. <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/SINAPTEK/article/view/1667>
- Palguna, A.K.I., Widyaningsih, N.L.J., Kaunang, V.C., Susanto, P.C., 2022. Pengembangan Usaha Madu Hutan Amrita Pure Honey dengan Penerapan Knowledge Management. *Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK)* 4. <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/SINAPTEK/article/view/1658>