

PENERAPAN SIKLUS MANAJEMEN PENGETAHUAN SEBAGAI UPAYA PENDAMPINGAN USAHA CANDA KOPI TABANAN BALI

Caroline Eka Mertanti¹, Gusti Ayu Adi Wahyu Paramitha², Komang Ayu Savitri Merianti Dyastama Putri³, I Gede Deddy Rahmat⁴, Putu Chris Susanto^{5*},

^{1,2,3,4} Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Digital, Universitas Dhyana Pura, Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya Dalung Kuta Utara, Bali, Indonesia

⁵ Program Studi S1 Manajemen, Universitas Dhyana Pura, Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya Dalung Kuta Utara, Bali, Indonesia

*Email: chris.susanto@undhirabali.ac.id

ABSTRAK

Canda Kopi adalah sebuah UMKM kedai kopi yang berdiri sejak tahun 2020 di Jalan Hassanudin, Tabanan Bali. Canda Kopi menjual beraneka ragam jenis kopi dan non kopi serta makanan dan kudapan. Usaha ini masih mengalami kendala di bidang manajemen pengetahuan yaitu belum adanya kumpulan buku resep menu untuk membantu pegawai dalam memproduksi dan melayani pesanan makanan dan minuman, serta belum adanya standar prosedur pelayanan (SOP) bagi karyawan sehingga muncul kesulitan dalam melatih pegawai baru terkait prosedur pelayanan tamu. Tim penulis memberikan solusi berupa penerapan siklus manajemen pengetahuan (*Socialization, Externalization, Combination, Internalization*) penyusunan buku kumpulan resep menu dan *booklet* SOP pelayanan tamu. Setelah mengumpulkan data dari pengamatan dan wawancara, tim mendokumentasi dan menyusun buku resep dan SOP pelayanan, dan kemudian menginternalisasikan hasil penyusunan tersebut kepada mitra, di samping juga membantu UMKM ini dalam hal pemasaran digital.

Kata kunci: pendampingan usaha, *knowledge management*, pemasaran digital, SOP, UMKM

1. Pendahuluan

Dalam beberapa tahun ini industri bisnis dalam bidang *Coffee Shop* mengalami peningkatan yang cukup baik. Hal ini banyak mendorong para wirausahawan untuk membuka atau menciptakan usaha baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada sekaligus menciptakan persaingan antara *Coffee Shop* sehingga menjadi lebih ketat. Belakangan ini di Kabupaten Tabanan sudah mulai banyak bermunculan *Coffee Shop* yang membuat para pengusaha *Coffee Shop* harus memberikan nilai tambah terhadap produk dan jasa pelayanan yang terbaik kepada konsumen untuk dapat menjadi nilai tambah di tengah persaingan (Wardani et al., 2022). Nilai tambah (*added value*) adalah selisih lebih antara harga jual barang dan harga beli bahan baku, bahan penolong, suku cadang, dan jasa, yang dipergunakan untuk menghasilkan barang itu (Utama et al., 2022). Nilai tambah ini akan membuat konsumen memiliki alasan untuk memilih untuk datang ke *Coffee Shop* yang sama secara berkala. Dengan adanya berbagai jenis minuman yang disediakan baik itu kopi maupun non-kopi dapat menarik lebih banyak minat pembeli tanpa batasan umur, selain itu dengan penataan interior yang khas dan cukup nyaman untuk bersantai, maka sering kali kebanyakan orang memilih *Coffee Shop* sebagai pilihan tempat terbaik untuk berkumpul, bekerja dan bersantai.

Tim mahasiswa program studi D3 Manajemen Pemasaran Digital Universitas Dhyana Pura, yang dibimbing oleh dosen pengampu mata kuliah *Knowledge Management*, melakukan pendampingan terhadap salah satu *Coffee Shop* yang berada di daerah Tabanan, *Coffee Shop* yang bernama Canda Kopi. Usaha ini terletak di pusat kota Tabanan tepatnya di Jl. Hasanudin No.48, Banjar Kamasan, Dajan Peken, Kabupaten Tabanan, Bali. Usaha ini sudah berdiri sejak bulan Februari tahun 2020. Canda Kopi menawarkan beraneka ragam minuman jenis kopi dan non-kopi serta berbagai pilihan makanan. Namun dalam hal ini tim menemukan sedikit kendala yang telah dialami oleh pihak Canda Kopi dimana jika hal ini dibiarkan terus menerus akan dapat mempengaruhi kualitas pelayanan kedepannya. Kendala yang dihadapi berupa kurangnya pembukuan tentang resep menu dan pemberitahuan mengenai SOP karyawan. Maka dari itu tim mengajak Mitra untuk merancang pembukuan tentang resep menu dan SOP pelayanan pelanggan bagi para karyawan UMKM ini.

2. Solusi

Dalam tahap solusi dan target luaran, tim penulis memberikan solusi berupa penerapan siklus manajemen pengetahuan yaitu siklus SECI sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra. Siklus SECI adalah singkatan dari *Socialization Externalization Combination Internalization* (Yudha, 2015). *Socialization* merupakan proses transfer pengetahuan yang paling mendasar. **Socialization** muncul dari aktivitas berbagi dan menciptakan pengetahuan tacit melalui pengalaman langsung (Mahardika et al., 2022). Dalam tahap *Socialization*, Tim penulis dan mitra saling berdiskusi dan saling bertukar cerita. **Externalization** merupakan pengetahuan tacit yang ada dalam diri individu dikeluarkan dan dituangkan ke dalam media eksplisit yang lebih mudah untuk dipelajari dan dimengerti orang lain (Juniantari et al., 2022). Biasanya, bentuk dari eksternalisasi adalah berupa gambar, tulisan, suara, atau video. Dari *Externalization*, Tim penulis membuatkan mitra pembukuan SOP karyawan tujuannya adalah untuk dapat terancang dengan baik dan dapat berjalan sesuai dengan prosedur yang sudah ada, lalu menjadi pedoman karyawan dalam melakukan tugasnya dan untuk meminimalisasi kesalahan saat melakukan tugas masing-masing karyawan, memperjelas peran, tanggung jawab, dan fungsi setiap posisi karyawan, karyawan mengerjakan tugasnya secara benar, tepat dan konsisten sehingga menghasilkan produk sesuai standar yang telah ditetapkan.

Selanjutnya, **Combination** merupakan pengetahuan dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menggabungkan atau mengolah berbagai pengetahuan yang telah ada sehingga menghasilkan suatu pengetahuan (Palguna et al., 2022). Dalam tahapan *Combination*, Tim menawarkan pendampingan pemasaran Canda Kopi dengan cara membantu mendesain konten promo yang dibutuhkan saat mitra melakukan event seperti live musik, melukis bersama, dan event promo di sosial media. Terakhir adalah **Internalization**, yakni proses internalisasi yang dapat menghasilkan hasil yang memuaskan ketika seorang individu mengimbangi antara proses belajar dengan proses prakteknya dalam dunia nyata (*learning by doing*). Dalam tahap *Internalization*, Tim menawarkan solusi perancangan resep menu pada mitra yang bertujuan untuk memudahkan karyawan dalam penyajian makan dan minuman dalam menu. Hasil/luaran yang diharapkan berdasarkan solusi yang ditawarkan adalah meningkatnya pengetahuan dan keterampilan mitra dalam memahami dan mempraktekan SOP.

3. Metode

Tim melakukan perancangan SOP dengan Kadek Radinda dimana beliau selaku owner/pemilik usaha Canda Kopi, tim dan owner melakukan pemilihan standarisasi SOP yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan yang dibutuhkan di Canda Kopi. Selain itu Tim juga melakukan survei kepada para karyawan untuk mengetahui kendala apa saja yang telah dialami selama ini, dari hasil survei diputuskan untuk membantu dalam pembuatan Buku Resep Menu agar dapat memudahkan para karyawan dalam bekerja. Dengan adanya Buku Resep Menu yang sudah terstandar maka karyawan dapat dengan mudah dan konsisten dalam melakukan pekerjaannya. Hal ini akan ditunjukkan dari meningkatnya kemampuan karyawan mitra yang mengerti pelatihan SOP dari tidak mengerti tentang SOP menjadi mengerti. Menu dan resep terstandar yang mampu untuk dilaksanakan secara berlanjut dan konsisten, serta sesuai dengan konsep. Menu standar terdiri dari 10-20 item, masing-masing berisi deskripsi, resep standar, takaran resep yang mudah dikonversi sesuai kuantitas produksi, ukuran standar penyajian, biaya produksi, dan harga jual.

Penerapan manajemen pengetahuan juga dibarengi dengan terlaksananya kegiatan pemasaran secara daring dengan Tim yang membantu mitra dengan mendesain konten promo atau event dan hal ini dilakukan melalui akun media sosial instagram dan facebook. Disamping itu anggota mitra yang bertugas dibidang pemasaran mampu mengunggah posting di media sosial.

4. Hasil dan Pembahasan

Sosialisasi dengan Mitra

Tim melakukan wawancara dengan Kadek Radinda selaku pemilik Canda Kopi. Setelah melakukan wawancara serta mengamati keadaan Canda Kopi tim mendapatkan hasil bahwa Canda Kopi belum memiliki SOP karyawan, buku resep menu dan juga masih kesulitan dalam mendesain konten promosi sehingga tim akan membantu mitra dalam perancangan SOP karyawan, pembuatan buku resep menu dan membantu mendesain konten promosi Canda Kopi.

Eksternalisasi: Perancangan SOP Karyawan

Dari penelitian yang dilakukan Tim Penulis, setelah adanya pembuatan perancangan SOP karyawan yang dibuat oleh Tim Penulis untuk mitra, hasil observasi dan wawancara pun menunjukkan bahwa SOP telah disosialisasikan, dibagikan dan dimiliki masing-masing karyawan. Standar Operasional Prosedur (SOP) adalah sebuah panduan untuk memastikan operasional suatu organisasi berjalan dengan efektif dan efisien (Sinaga, 2017). Karyawan juga terlihat memahami SOP tersebut dan menjadikannya panduan akan apa yang harus dikerjakan di Canda Kopi. Sebelum adanya perancangan SOP karyawan dalam hal efisiensi Canda Kopi seringkali kurang lengkap misalnya dari segi langkah-langkah kerja yang kurang rinci sehingga hal ini membuat karyawan harus menempuh upaya ekstra bertanya pada rekan-rekannya. Dengan adanya pembukuan SOP dapat meminimalisasi terjadinya kesalahan dalam bekerja yang dapat berujung pada pemborosan dan kerugian. SOP pelayanan yang dirancang Tim penulis dengan mitra ditunjukkan pada Gambar 1.

STANDARD OPERATING PROCEDURE CANDA KOPI

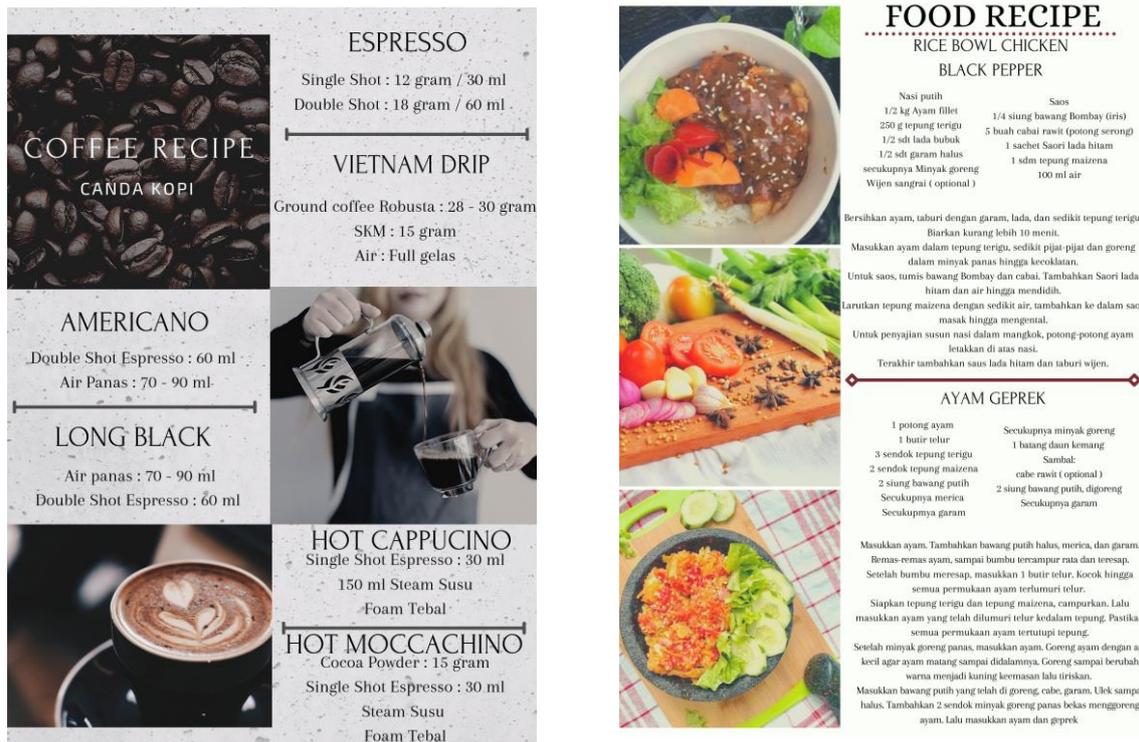
Berikut ini merupakan SOP Pelayanan yang biasa diterapkan di Canda Kopi :

1. Senyum, ramah dan sopan.
2. Mempersilahkan tamu masuk.
3. Mengucapkan salam, selamat malam, pagi, siang.
4. Menawarkan menu dan harus meyakinkan Tamu.
5. Mencatat apa yang dipesan oleh Tamu dengan jelas.
6. Membacakan kembali pesanan
7. Menawarkan kepada pelanggan untuk menu tambahan.
8. Sebelum pembayaran, harus dicek terlebih dahulu menu tambahan.
9. Sebelum menghitung, baca kembali pesanan kepada Tamu.
10. Mempersilahkan duduk dan mencarikan tempatnya.
11. Bersikap ramah dan sopan santun.
12. Membawakan pesanan ke meja tamu.
13. Mengucapkan permissi dan menyajikan makanan dari sebelah kanan tamu dengan menggunakan tangan kanan
14. Menyebutkan nama makanan/minuman tersebut dan mengucapkan "Selamat menikmati makanan dan minuman nya" sebagai tanda mempersilakan untuk makan / minum kepada tamu.
15. Waitress harus kembali ke posisi semula.
16. Memperhatikan area sekitar untuk clear-up dan membersihkan area yang kotor.
17. Ketika tamu sudah selesai dan meninggalkan tempat ucapkan "Terimakasih sudah datang ke Canda Kopi"
18. Membersihkan meja yang telah di gunakan tamu sebelumnya.
19. Waitress harus kembali ke posisi semula.

Gambar 1. SOP Pelayanan Canda Kopi

Additionally, **Kombinasi: Buku Resep**

Proses pendampingan juga telah menghasilkan perencanaan menu dalam bentuk daftar menu yang dikembangkan tim penulis bersama mitra (Gambar 2). Tujuan dari perencanaan menu ini agar dapat membantu mitra untuk mengetahui resep dan tata cara pembuatan makanan dan minuman yang pernah dibuat sebelumnya dan agar lebih tertata rapi. Menu yang dirancang terdiri dari 2 bagian makanan dan 6 bagian kopi. 2 bagian makanan itu adalah *Rice Bowl Chicken Black Pepper* dan *Ayam Geprek*. Sementara 6 bagian kopi yaitu (1) *Coffee Espresso*, (2) *Coffee Vietnam Drip*, (3) *Coffee Americano*, (4) *Coffee Long Black*, (5) *Coffee Hot Cappuccino*, (6) *Coffee Hot Moccachino*.



Gambar 2. Buku Menu dan Buku Resep Canda Kopi

Internalisasi: Pendampingan *Knowledge Management* dan Pemasaran

Hasil yang dapat dirasakan oleh mitra adalah kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pegawai mitra yang sesuai dengan SOP yang telah dirancang oleh tim. Kemudian tertatanya menu dalam buku resep sehingga memudahkan pegawai dalam membuat makanan dan minuman yang sesuai sehingga tak ada perubahan rasa yang terjadi pada makanan dan minuman tersebut. Peningkatan yang terjadi setelah tim melakukan pendampingan mendesain konten promo lalu memasarkannya menggunakan media daring sehingga mitra mendapatkan pelanggan baru yang tertarik dengan konten promosi tersebut.

Di samping itu, Tim penulis juga melakukan pendampingan pemasaran pemasaran digital melalui media daring dengan Tim, yang membantu mitra dalam mendesain konten promo atau event diposting di media sosial seperti Instagram dan Facebook. Informasi dan promosi daring dinilai lebih efektif, terutama karena pola pemasaran yang berkembang saat ini adalah pemasaran mata ke mata. Secara tidak langsung dengan pemasaran secara daring penjualan di usaha Canda Kopi meningkat. Ditambah lagi, potensi pendapatan dan pemasaran Canda Kopi semakin meningkat melalui event *live* musik yang mengundang penyanyi atau pelanggan yang dapat menyumbangkan suaranya. Dengan adanya live musik ini akan meningkatkan daya jual pada Canda Kopi dan dapat menarik minat pelanggan untuk datang kembali ke Canda Kopi.

5. Simpulan

Berdasarkan survei dilakukan di Canda Kopi melalui wawancara, dan dokumentasi, tim memperoleh hasil dan menemukan beberapa kendala yang harus di diperbaiki untuk kelangsungan operasional pihak mitra agar kedepannya bisa lebih

baik, dan dapat ditarik beberapa kesimpulan. Pertama, dalam memasarkan produk kepada konsumen Canda Kopi menerapkan strategi kualitas produk sebagai strategi yang diprioritaskan melalui cita rasa yang tinggi baik untuk makanan dan minuman, pemilihan jenis kopi, karakteristik kopi, metode racikan, takaran dan juga pengadukan yang semuanya telah terkoordinir dengan efektif dan sangat rapi dalam sebuah buku resep. Kedua, pelaksanaan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena konsumen yang puas pasti akan melakukan kunjungan kembali. Dengan demikian semakin tingginya kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang akan dirasakan. Ketiga, dalam membuat atau menciptakan resep baru dalam menu, alangkah baiknya jika ada perancangan menu atau buku menu. Dengan begitu ketika ingin membuat makanan dan minuman yang sebelumnya tidak akan lupa lagi dengan langkah-langkah pembuatannya dan sudah tertata rapi.

6. Daftar Rujukan

- Apaolaza, V., Paredes, M.R., Hartmann, P., D'Souza, C., 2021. How does restaurant's symbolic design affect photo-posting on instagram? The moderating role of community commitment and coolness. *Journal of Hospitality Marketing & Management* 30, 21–37. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1768195>
- 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.
- 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.
- 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.
- Sinaga, K., 2017. Penerapan Standar Operasional Prosedur dalam Mewujudkan Pekerjaan yang Efektif dan Efisien Pada Bidang Kepemudaan di Dinas Pemuda dan Olahraga Provinsi Sumatera Utara. *Publik Reform* 2. <https://doi.org/10.46576/jpr.v2i2.302>
- Utama, I.G.B.R., Erfiani, N.M.D., Krismawintari, N.P.D., Susanto, P.C., Turker, S.B., Darmawijaya, I.P., Trimurti, C.P., 2022. The Legal Aspects of Determining the Feasibility of Cable Car Tourist Attraction in Pelaga, Bali, Indonesia. *resmilitaris* 12, 398–416.
- Wardani, R.P., Mawarni, N.L.C., Sucilestari, N.M.N., Andinawari, A.I.R., Susanto, P.C., 2022. Sikap Generasi Z terhadap Eksistensi Kedai Kopi Lokal dan Internasional: Riset Perilaku Konsumen Berbasis Visual. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata* 17.
- Yudha, B., 2015. Kajian Penerapan Knowledge Management System Berbasis SECI Model dalam Format E-Mobile: Studi Kasus Universitas Indraprasta PGRI. *Faktor Exacta* 8, 279–289. <https://doi.org/10.30998/faktorexacta.v8i3.328>