

PENERAPAN MANAJEMEN PENGETAHUAN UNTUK PROMOSI PRESS ON NAIL DI PLATFORM TIKTOK LIVE DAN TIKTOK SHOP

I Wayan Surya Aryasa Adiprawira¹, I Putu Aditya Dharma Yoga²,
Ni Putu Dian Sekarini³, Gusti Agung Ayu Made Andhini Susila⁴,
Putu Chris Susanto⁵

^{1,2,3,4}Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Digital, Fakultas Vokasi, Universitas Dhyana Pura, Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya Dalung Kuta Utara, Bali, Indonesia; ⁵Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora, Universitas Dhyana Pura, Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya Dalung Kuta Utara, Bali, Indonesia

Email: 21210601001@undhirabali.ac.id; 21210601002@undhirabali.ac.id;
21210601005@undhirabali.ac.id; 21210601006@undhirabali.ac.id;
chris.susanto@undhirabali.ac.id

ABSTRAK

Yanail Studio merupakan sebuah UMKM yang bergerak pada bidang jasa perawatan jari-jari tangan dan kaki yang biasa di sebut *nail art*, *pedicure* dan *manicure* di Denpasar, Bali. UMKM ini berdiri sejak tahun 2021 dengan jumlah karyawan saat ini sebanyak 8 orang. Mitra menghadapi tantangan karena belum memiliki strategi yang efektif di *platform* daring *TikTok Live* dan *TikTok Shop* sehingga sering terjadi kesulitan dalam proses pengemasan barang yang terjual di *TikTok Shop*. Tim menerapkan manajemen pengetahuan, spesifiknya siklus SECI (*socialization*, *externalization*, *combination*, *internalization*) untuk promosi *press on nail* pada *platform TikTok Live* dan *TikTok Shop*, sehingga kegiatan promosi dan penjualan yang dilakukan Yanail Studio menjadi lebih efektif. Bersama mitra, tim mengeksplorasi strategi yang sudah diterapkan Yanail Studio sebelumnya (*socialization*), kemudian melakukan pencatatan praktik baik serta kekurangan data rancangan strategi mitra dan implementasinya (*externalization*). Setelah itu, tim melakukan kombinasi antara praktik baik yang sudah diterapkan mitra dengan praktik-praktik baik promosi di media sosial yang didapatkan dari berbagai sumber (*combination*), serta menyampaikan rekomendasi strategi promosi untuk dipertimbangkan penerapannya oleh mitra (*internalization*).

Kata kunci : manajemen pengetahuan, pemasaran digital, strategi pemasaran, TikTok, UMKM.

1. Pendahuluan

Salah satu usaha yang saat sedang marak di minati oleh semua kalangan tidak hanya kaum Wanita saja kaum pria pun banyak yang meminati yaitu perawatan jari-jari kuku atau yang di sebut *nail art*. Yanails Studio merupakan salah satu UMKM jasa perawatan jari-jari tangan dan kaki yang biasa di sebut *nail art*, *pedicure* dan *manicure* di Denpasar yang beralamat di Jln.Sedap Malam 120, Kesiman, Denpasar Timur. Usaha ini didirikan oleh Ibu Ni Nyoman Yuni Astuti pada tahun 2021 dan pada saat itu hanya memiliki 1 orang karyawan saja. Target pasar dari usaha *press on nail* ini ialah remaja hingga dewasa di seluruh Indonesia. Saat ini Yanail Studio sudah memiliki studio dan dengan jumlah karyawan saat ini sebanyak 8 orang. Yang dimana setiap harinya dapat menghasilkan -+200pcs *press on nail* setiap harinya dari dan terjual -+5000pcs *press on nail* setiap bulan.

Selama mitra menjalani usahanya, sering kali menghadapi masalah saat melakukan live di TikTok. Salah satu masalah yang sering dihadapi mitra adalah

katalog press on nail yang belum terorganize dan belum adanya standar operasional prosedur yang baku dalam melakukan live TikTok sehingga menyebabkan kurang efektif pada saat live di TikTok. Keunggulan Yanail Studio adalah harganya yang dibawah rata-rata harga pasar dan menyediakan retail dan terbuka untuk reseller, hal inilah yanail studio diminati generasi muda dan *reseller*.

2. Metode

Solusi yang dapat tim berikan dari permasalahan yang dihadapi mitra ialah menerapkan prinsip manajemen pengetahuan dengan model SECI, guna untuk mengembangkan strategi yang sudah dilaksanakan sebelumnya. Menurut Groff & Jones (dalam Maramba et al., 2020), *knowledge management* adalah suatu alat, langkah-langkah, Teknik untuk menyimpan, menelaah, mengelompokkan, menarik, dan mentransfer pengalaman bisnis,. Tim juga memberi masukan untuk membuat sistem dan *limited time offer*, agar ketika melakukan *live* di TikTok Shop para karyawan tidak kewalahan dalam membuat dan menghadapi pesanan yang masuk Ketika pada saat live di TikTok. Dan Metode yang digunakan oleh tim dalam pendampingan kepada mitra ialah Metode pendekatan SECI. Dengan menciptakan pengetahuan melalui pengetahuan *tacit* dan *explicit*. Berdasarkan tahapan SECI, tahap yang pertama yaitu *Socialization*, pada tahap ini tim melakukan *brainstorming* kepada mitra mengenai strategi yang sudah mitra lakukan sebelumnya dan mencari kekurangan serta kelebihan dari strategi yang telah digunakan oleh mitra tentang cara pemasaran di *live TikTok shop*. Pada tahap kedua *Externalization* merupakan tahapan mengubah pengetahuan dari *tacit knowledge* ke *explicit knowledge* (Palguna et al., 2022). Tim melakukannya dengan cara mengdokumentasikannya, dari hasil *brainstorming* kemudian tim tuangkan dalam sebuah metode yang merupakan perubahan dari *tacit knowledge* menjadi *explicit knowledge*. Pada tahap *Combination* tim mengkolaborasikan *explicit knowledge* versi tim dengan *explicit knowledge* yang sudah dimiliki mitra sebelumnya (Mahardika et al., 2022). Setelah membuat prosedur tertulis dan melakukan *brain storming* dengan mitra mengenai kendala yang dihadapi oleh mitra. Pada tahap terakhir *Internalization* yaitu perubahan dari *explicit knowledge* menjadi *tacit knowledge* dengan cara menginternalisasikan informasi-informasi yang sudah mitra miliki (Juniantari et al., 2022). Tim internalisasikan ke dalam sebuah prosedur yang tertulis dengan cara membaca dan mempraktekkan, mencari dan merevisi pengetahuan.

3. Hasil dan Pembahasan

Dari metode SECI yang diaplikasikan terhadap mitra Yanail Studio mendapat hasil sebagai berikut :

1. *Socialization* (sosialisasi)

Tim melakukan *brain storming* terhadap pemilik usaha UMKM Yanail Studio terkait dengan strategi berupa cara pemasaran mitra di *live TikTok shop*. Hasil dari diskusi ini yaitu tim memberikan masukan kepada mitra untuk membuat sistem yang lebih mempermudah mitra dan *customer* dalam melakukan transaksi jual beli *press on nail* saat *live TikTok shop* dengan membuat rencana mengadakan sistem *pre-order* untuk produk *press on nail* yang dipasarkan di *live TikTok shop*.

2. *Externalization* (eksternalisasi)

Setelah tim melakukan *brain storming* dengan mitra, tim mendapatkan hasil berupa sebuah prosedur yang dibuat secara tertulis untuk dalam melakukan penjualan di *live TikTok shop*.

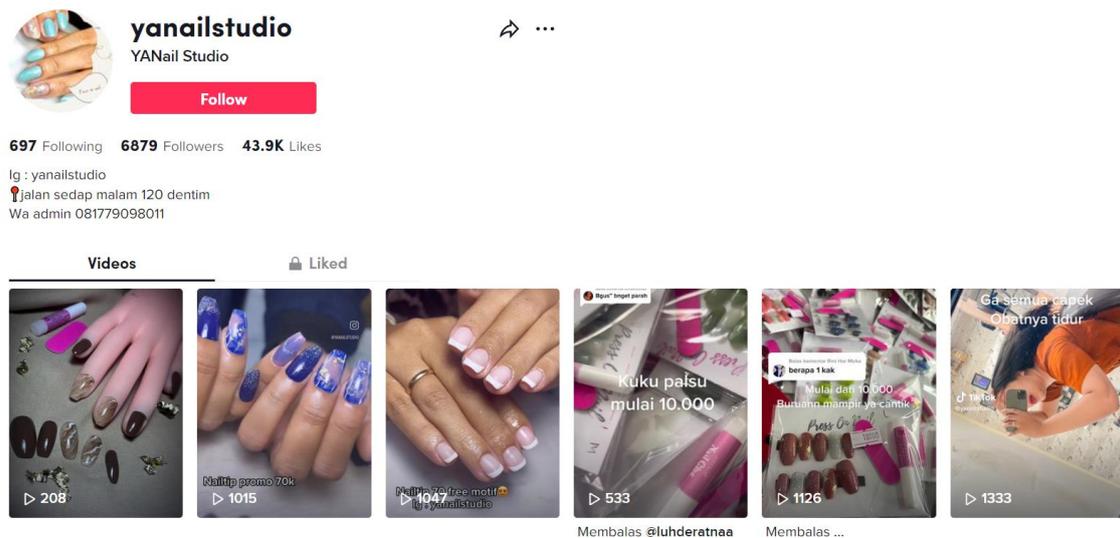
3. *Combination* (kombinasi)

Setelah mendapatkan sebuah prosedur pada saat melakukan *brain storming* kepada owner Yanail Studio, tim mengkombinasikan prosedur *live* di *TikTok shop* yang sudah Yanail Studio miliki dengan Prosedur yang tim sarankan setelah melakukan research dengan menambahkan *Thank You Card* di setiap paket yang akan dikirim.

4. *Internalization* (internalisasi)

Tim telah membuat *explicit knowledge* yang sudah dimiliki mitra menjadi lebih mudah untuk digunakan oleh karyawan berupa prosedur tertulis yang dicetak. prosedur yang sudah tertata dengan baik dan didokumentasikan, kemudian diberikan kepada mitra untuk diterapkan pada saat melakukan *live* di *TikTok shop*. Selama proses pendampingan, setelah mitra menerapkan prosedur yang baru, ada peningkatan dari mitra yaitu mempermudah proses pengemasan (*packing*) dan penjualan meningkatkan karena menggunakan *system pre-order* jadi tidak ada batas *limit order*. Hal ini menandakan bahwa kemampuan karyawan dalam menyampaikan informasi sudah mengalami peningkatan.

Berdasarkan pendampingan yang dilakukan tim dengan pendekatan manajemen pengetahuan berbasis siklus SECI, mitra Yanail Studio sudah dapat menerapkan praktik-praktik baik dalam mengelola *digital presence* UMKM tersebut di *platform* Tiktok (Gambar 1). Jumlah pengunjung untuk setiap kali *live* di *TikTok shop* juga meningkat, hingga mencapai lebih dari 1000 pengguna setiap kali *live*.



Gambar 1. Tampilan TikTok Yanail Studio

4. **Simpulan**

Masalah yang dihadapi oleh Mitra UMKM Yanail Studio ada pada katalog *press on nail* yang belum terorganize dan belum adanya standar operasional prosedur yang baku dalam melakukan *live* TikTok sehingga menyebabkan kurang efektif pada saat *live* di TikTok. Maka dari itu tim berdiskusi dengan pemilik UMKM untuk mengatasi hal tersebut dan memberikan beberapa saran kepada mitra. Di samping itu Tim bersama mitra juga berdiskusi mengenai masalah yang dihadapi. Adapun hasil yang dicapai bersama mitra yaitu tim memberikan saran agar katalog *press on nail* di buat lebih terorganisir agar lebih menarik dan memudahkan dalam proses *packing* serta beberapa saran dalam *live* TikTok agar meningkatkan penjualan dengan cara *limited time offer* (penawaran dengan waktu terbatas). Implikasi dari kegiatan tim ini diharapkan dapat mengembangkan potensi pemasaran dan penjualan mitra UMKM Yanail Studio.

5. Daftar Rujukan

- 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>
- Maramba, G., Coleman, A., Ntawanga, F.F., 2020. Causes of Challenges in Implementing Computer-Based Knowledge Management Systems in Healthcare Institutions: A Case Study of Private Hospitals in Johannesburg, South Africa. *The African Journal of Information Systems* 12, 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. <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/SINAPTEK/article/view/1658>