

## RANCANGAN PROSES BISNIS PADA KEGIATAN PEMASARAN DI ERA DIGITALISASI PADA USAHA WBAPPAREL.CO MENGGUNAKAN METODE SECI

### *DESIGN OF BUSINESS PROCESSES IN MARKETING ACTIVITIES IN ERA OF DIGITALIZATION IN WBAPPAREL.CO BUSINESS USING SECI METHOD*

Putri, Wina Renanda<sup>1</sup>, Rumanti, Augustina Asih<sup>2</sup>, Supratman, Nurdinintya Athari<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

<sup>1</sup> [winarenandaputri@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:winarenandaputri@student.telkomuniversity.ac.id), <sup>2</sup> [augustinaar@telkomuniversity.ac.id](mailto:augustinaar@telkomuniversity.ac.id),

<sup>3</sup> [nurdinintya@telkomuniversity.ac.id](mailto:nurdinintya@telkomuniversity.ac.id)

---

#### Abstrak

**Tujuan :** Membuat rancangan proses bisnis dan indikator keberhasilan untuk membantu kegiatan pemasaran pada Wbapparel.co.

**Desain/Methodologi/Pendekatan :** Pada setiap kegiatan yang dilakukan oleh owner Wbapparel.co, kegiatan pemasaran belum mempunyai proses bisnis yang menjadi standar untuk setiap aktivitas. Jika terjadinya perubahan pegawai terutama pegawai yang berpengalaman maka dengan ketidakberadaan proses bisnis dapat memunculkan masalah. Sehingga penulis melakukan penelitian ini dengan cara merancang kegiatan pemasaran ke dalam proses bisnis sehingga dapat dibagikan dan digunakan oleh pegawai baru dan pegawai lainnya untuk membantu pelaksanaan kegiatan pemasaran. Penelitian dilakukan dengan cara membuat proses bisnis dan diolah dengan menggunakan metode SECI yang akan menghasilkan proses bisnis best practice dan indikator keberhasilan untuk kegiatan pemasaran pada Wbapparel.co.

**Temuan :** Wbapparel.co merupakan suatu bisnis yang bergerak di bidang fashion. Wbapparel.co berdiri sejak April 2019, yang memproduksi baju kaos di design cukup unik yaitu dengan menampilkan logo zodiak pada baju tersebut dalam bentuk bordiran. Dalam menjual produknya, Wbapparel.co menggunakan bantuan social media yang sangat ramai digunakan pada era digitalisasi saat ini yaitu Instagram (advertising dan endorsement).

**Kata Kunci :** Proses bisnis, Knowledge Management, SECI.

---

#### Abstract

**Purpose :** Design business processes and indicators of success to help marketing activities on Wbapparel.co.

**Design/methodology/approach :** In every activity carried out by the owner of Wbapparel.co, marketing activities do not have a business process yet that is the standard for every activity. If there is any change of the employment, especially the experienced one, then the absence of business processes can cause problems. Because of that the authors conducted this research by designing a new business process for the marketing activities that can be shared and used by the employees to carry out the marketing activities. The research was conducted by creating a business process and processed using the SECI method that will produce the best business processes practices and indicators of a success for the marketing activities on Wbapparel.co

**Findings :** Wbapparel.co is a business in fashion industry. Wbapparel.co was founded in April 2019, which produces T-shirts that are designed uniquely by displaying the zodiac logo on the clothes in the form of embroidery. In selling products, Wbapparel.co uses the help of social media which the trend to be used in the current digitalization era, specifically in Instagram for advertising and also endorsement.

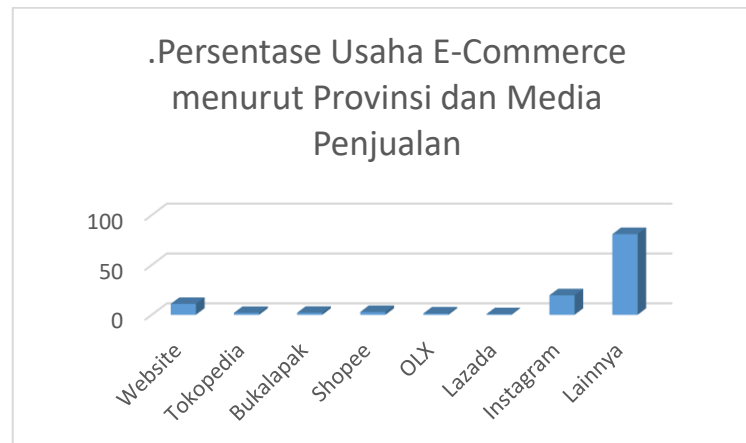
**Keywords :** Business processes, Knowledge Management, SECI

---

## 1. Pendahuluan

Di era globalisasi Kegiatan dunia usaha menggunakan teknologi internet adalah cara yang inovatif dalam melakukan kegiatan perusahaan untuk memasuki pasar di dunia maya. Salah satu contohnya adalah dengan memanfaatkan teknologi internet, maka dapat melakukan berbagai kegiatan usaha bisnis secara elektronik seperti misalnya transaksi bisnis, operasional fungsi-fungsi perusahaan, berbagi informasi dengan konsumen dan supplier untuk mempertahankan hubungan sebelum, selama dan setelah proses pembelian.

Dikutip dari badan pusat statistik data persentase usaha belanja online menurut provinsi dan media penjualan. Pada gambar dapat terlihat bahwa belanja online mendapatkan persentase cukup tinggi pada media penjualan melalui Instagram dan media lainnya yang menyediakan peluang untuk belanja online seperti facebook, line, dan lain-lain. Data ini di ambil pada tahun 2017 hingga 2019, Sebagian besar usaha mulai melakukan penjualan secara online pada tahun 2017 sampai dengan tahun 2018 yaitu sebanyak 45,31 persen. Dari 13.485 usaha e-commerce, diperoleh nilai pendapatan usaha dari penjualan melalui internet sebanyak 17,21 triliun dengan jumlah transaksi sebanyak 24,82 juta transaksi penjualan online.



Gambar 1.1 Grafik persentase usaha E-Commerce menurut media penjualan

(Sumber : Badan Pusat Statistik)

Wbapparel.co merupakan suatu bisnis yang bergerak di bidang fashion. Wbapparel.co berdiri sejak April 2019, yang memproduksi baju kaos di design cukup unik yaitu dengan menampilkan logo zodiak pada baju tersebut dalam bentuk bordiran. Dalam menjual produknya, Wbapparel.co menggunakan bantuan social media yang sangat ramai digunakan pada era digitalisasi saat ini yaitu Instagram (advertising dan endorsement). Bisnis ini juga dijalankan dengan menggunakan bantuan vendor untuk menjahit dan membuat desain pada baju yang diproduksi oleh Wbapparel.co. Pada setiap kegiatan yang dilakukan oleh owner Wbapparel.co, kegiatan pemasaran belum mempunyai proses bisnis yang menjadi standar untuk setiap aktivitas. Hal ini dikarenakan kegiatan pemasaran selalu berubah sesuai dengan kondisi penjualan tiap bulannya dan tidak semua kegiatan pemasaran selalu dilakukan sehingga sulit untuk membuat dokumen proses bisnis. Saat ini aktivitas yang dilakukan berupa instruksi dari owner dan juga beberapa kebiasaan yang telah dilakukan seperti misalnya memasarkan ke orang-orang sekitar, memasarkan lewat social media, dan membuat promo untuk menarik perhatian customer. Dari beberapa perlakuan dan kegiatan yang dilakukan untuk pemasaran yang ada saat ini mungkin ada aktivitas terbaik tetapi belum dieksternalisasikan ke dalam bentuk pengetahuan yang mudah dipelajari oleh pegawai. Jika terjadinya perubahan pegawai terutama pegawai yang berpengalaman maka dengan ketidakberadaan proses bisnis dapat memunculkan masalah. Maka dari itu, untuk menanggapi masalah yang ada, dibutuhkan proses bisnis dan indikator keberhasilan untuk memudahkan jika adanya pergantian pegawai baru dan membantu proses pemasaran Wbapparel.co yang dikarenakan pemasaran pada Wbapparel.co masih terlalu sempit belum meluas dan belum diketahui oleh banyak orang yang masih berbentuk tacit dapat diubah menjadi explicit knowledge.

## 2. Dasar Teori / Metodologi

### 2.1 Proses Bisnis

Proses bisnis didefinisikan sebagai setiap aktivitas atau sekelompok aktivitas yang membutuhkan masukan (input), lalu memberi nilai tambah pada masukan tersebut, dan menghasilkan keluaran (output) kepada pelanggan internal maupun eksternal. Proses bisnis dapat didefinisikan sebagai kelompok dari keputusan-keputusan yang terkait dan kegiatan yang dibutuhkan untuk mengelola sumber daya bisnis Harrington (1991).

### 2.2 Knowledge Management

Menurut Hoe (2006) knowledge management adalah alat manajemen yang membenarkan bahwa pengetahuan adalah kunci dan menjadi aset untuk meningkatkan suatu organisasi agar dapat bekerja lebih efektif. Ruang lingkup knowledge management. Knowledge Management merupakan serangkaian kegiatan yang salah satu fungsinya untuk memanfaatkan sumber daya intelektual dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk menemukan, menyimpan dan membagikan secara luas sumber daya yang sangat penting yang dimiliki oleh

organisasi seperti keahlian karyawan, keterampilan, jaringan hubungan dan kebijakan kebijakan yang ada Snell (2007).

### 2.3 Metode SECI

SECI merupakan metode knowledge conversion yang dikembangkan oleh Nonaka dan Takeuchi (1995) yang terdiri dari tahap socialization, externalization, combination, dan internalization. Socialization merupakan proses konversi tacit knowledge menjadi tacit knowledge. Externalization merupakan proses konversi tacit knowledge menjadi explicit knowledge. Combination merupakan proses konversi explicit knowledge menjadi explicit knowledge, sedangkan internalization merupakan proses konversi explicit knowledge menjadi tacit knowledge. Tacit knowledge merupakan pengetahuan yang personal, spesifik, dan umumnya sulit untuk diformalisasikan dan dikomunikasikan kepada pihak lain. Explicit knowledge adalah knowledge yang dapat diartikulasikan dan ditransformasikan dalam bahasa yang sistematis dan dalam bentuk formal Nonaka dan Takeuchi (1995).

## 3. Pembahasan

### 3.1 Profil Perusahaan

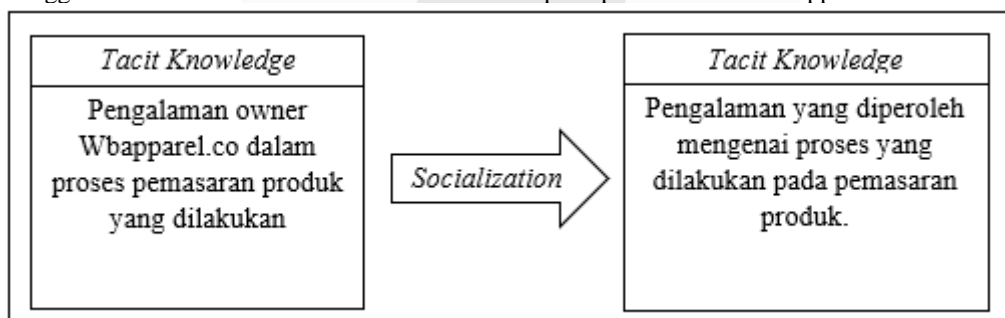
Wbapparel.co merupakan salah satu usaha di Kota Bandung yang memproduksi baju kaos yang bertema zodiac. Wbapparel.co didirikan pada April 2019 dan berbasis online. Konsep yang diterapkan pada Wbapparel.co saat ini ialah memproduksi baju yang simple sehingga dapat dipakai oleh semua usia. produk yang dijual oleh Wbapparel.co ini merupakan baju dengan model yang simple dan cocok digunakan untuk semua usia baik itu perempuan maupun laki-laki karena Wbapparel.co mendesain baju tersebut yang bersifat unisex. Wbapparel.co ini melakukan pemasaran produknya menargetkan kalangan menengah keatas dengan rentang usia 15 hingga kurang lebih 50 tahun.



Gambar 3.1 Logo Wbapparel.co

### 3.2 Tahap socialization

Pada tahap Socialization dilakukan identifikasi tacit knowledge dari proses kegiatan pemasaran pada Wbapparel.co dengan menggunakan metode wawancara dan observasi kepada pemilik usaha Wbapparel.co.



Gambar 3.2 Skema Proses Tahap Socialization

Pada gambar 3 terjadi adanya konversi knowledge yaitu knowledge yang dimiliki oleh owner yang berupa tacit knowledge, kemudian knowledge yang disampaikan oleh owner kepada pewawancara selanjutnya akan digunakan pada tahap externalization untuk merancang pemasaran pada Wbapparel.co. Hasil wawancara akan digunakan sebagai dasar untuk merancang kegiatan pemasaran di usaha Wbapparel.co.

Kriteria narasumber yang dipilih adalah sebagai berikut.

1. Memiliki jabatan sebagai pendiri dari Wbapparel.co.
2. Pegawai yang memiliki pengalaman melaksanakan kegiatan pemasaran.

Tabel 3. 1 Hasil Wawancara

Tanggal	Responden	Hasil Wawancara
26/02/2020	Responden 1	Identifikasi kegiatan pemasaran, yaitu <i>mobile marketing, advertising, sale promotion</i> dan <i>endorsement</i> .
26/02/2020	Responden 1	Identifikasi kegiatan pemasaran, yaitu <i>mobile marketing, advertising, sale promotion</i> dan <i>endorsement</i> .
26/02/2020	Responden 2	Identifikasi kegiatan pemasaran, yaitu <i>mobile marketing, advertising, sale promotion</i> dan <i>endorsement</i> .
26/02/2020	Responden 2	Identifikasi target-target pemasaran

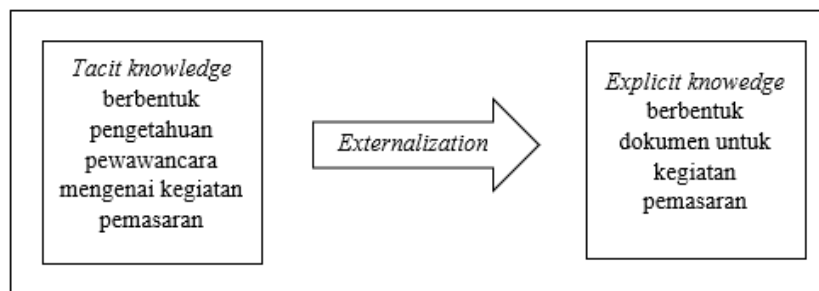
### 3.3 Kegiatan Pemasaran

Kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan Wbapparel.co adalah sebagai berikut.

1. Mobile Marketing  
Pemasaran berupa mobile marketing adalah kegiatan yang dilakukan oleh Wbapparel.co ini dengan cara melakukan posting foto produk Wbapparel.co kedalam social media berupa instagram, facebook, dan line.
2. Advertising  
Pemasaran berupa advertising atau periklanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh Wbapparel.co saat ini adalah dengan pembuatan logo dari brand Wbapparel.co ini sendiri dan disebarakan melalui social media.
3. Sales Promotion  
Pemasaran berupa sales promotion atau promosi jualan adalah kegiatan yang saat ini sudah dilakukan oleh brand Wbapparel.co adalah mengadakan program seperti program discount, free shipping, dan buy one get one.
4. Endorsement  
Pemasaran berupa endorsement adalah kegiatan yang dilakukan oleh Wbapparel.co dengan cara membayar dan mengirimkan produk kepada orang yang terkenal atau yang memiliki followers berjumlah ribuan hingga jutaan orang pada akun social media atau biasa disebut sebagai influencer. Sehingga ketika influencer tersebut sedang memasarkan produk yang diberikan oleh Wbapparel.co maka para followers dari influencer tersebut akan menjadi tertarik pada produk yang sedang dipakai atau dipromosikan oleh influencer tersebut.

### 3.4 Tahap Externalization

Pada tahap ini dilakukan eksternalisasi hasil wawancara yang dilakukan pada tahap socialization berupa kegiatan pemasaran dan mengidentifikasi tacit dan explicit knowledge dari masing masing proses. Pada tahap externalization, tacit knowledge yang ada dalam diri individu dikeluarkan dan dikonversi ke dalam suatu media yang mudah dipelajari langsung oleh individu lain.

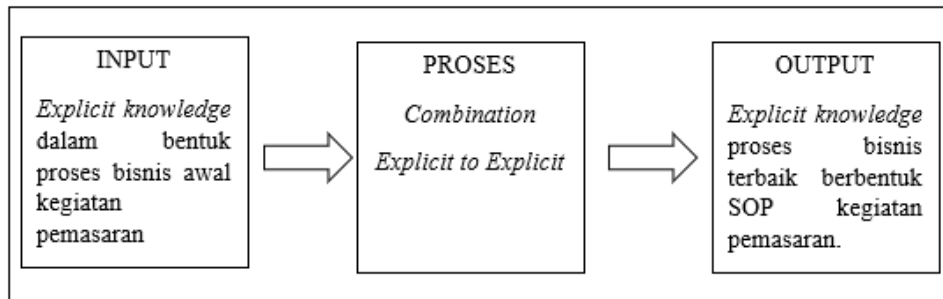
Gambar 3.3 Skema proses tahap *externalization*

Proses-proses yang ada pada Wbapparel.co untuk kegiatan pemasaran pada umumnya masih berupa tacit knowledge dari pemilik usaha, maka pada proses externalization ini dibuat kegiatan pemasaran dalam bentuk

dokumen untuk membantu proses knowledge transfer di Wbapparel.co. Proses-proses bisnis yang akan didokumentasikan adalah proses bisnis kegiatan pemasaran, yaitu terdiri dari kegiatan mobile marketing, advertising, sales promotion dan endorsement.

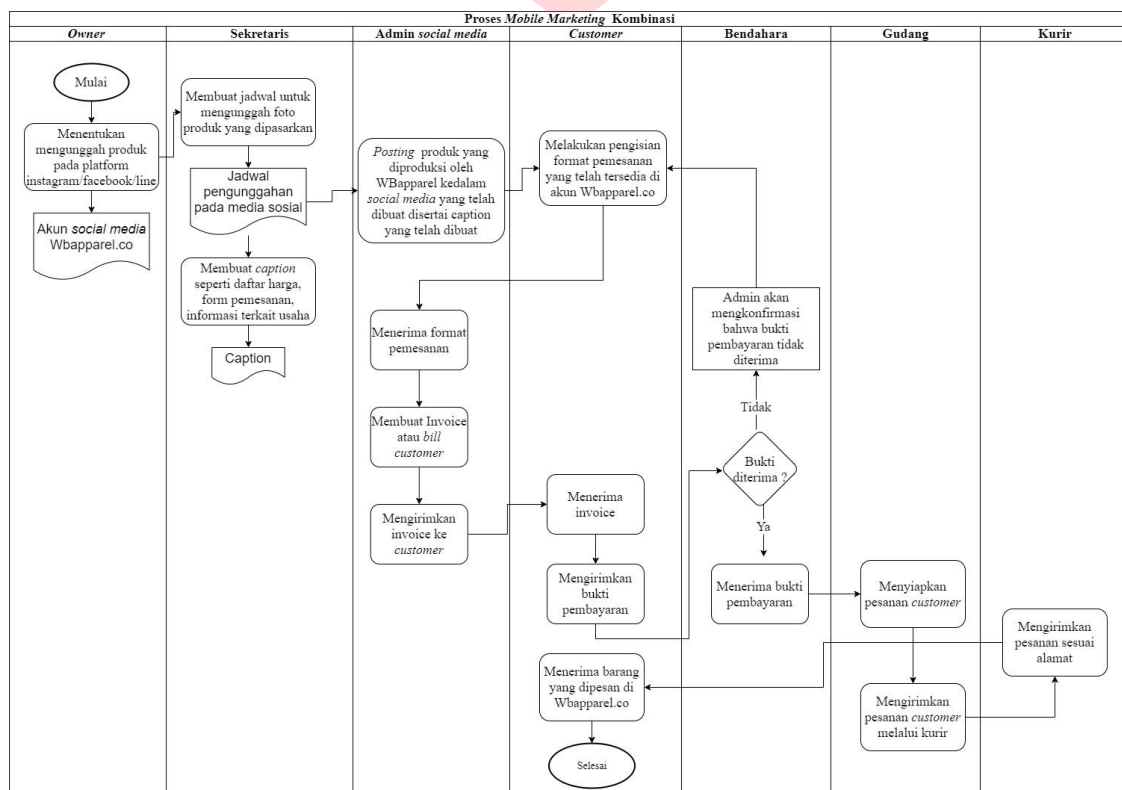
**3.5 Tahap Combination**

Combination adalah tahap yang dilakukan setelah menyelesaikan tahap sebelumnya yaitu tahap externalization. Pada tahap combination dilakukan pekombinasian antara proses bisnis masing-masing responden menjadi proses bisnis yang terbaik. Proses bisnis dibuat dengan bentuk standar operasional prosedur (SOP) yang dilengkapi dengan key performance indicator (KPI) untuk dijadikan indikator keberhasilan pelaksanaan proses bisnis apakah dapat dikatakan berhasil atau tidak berhasil.



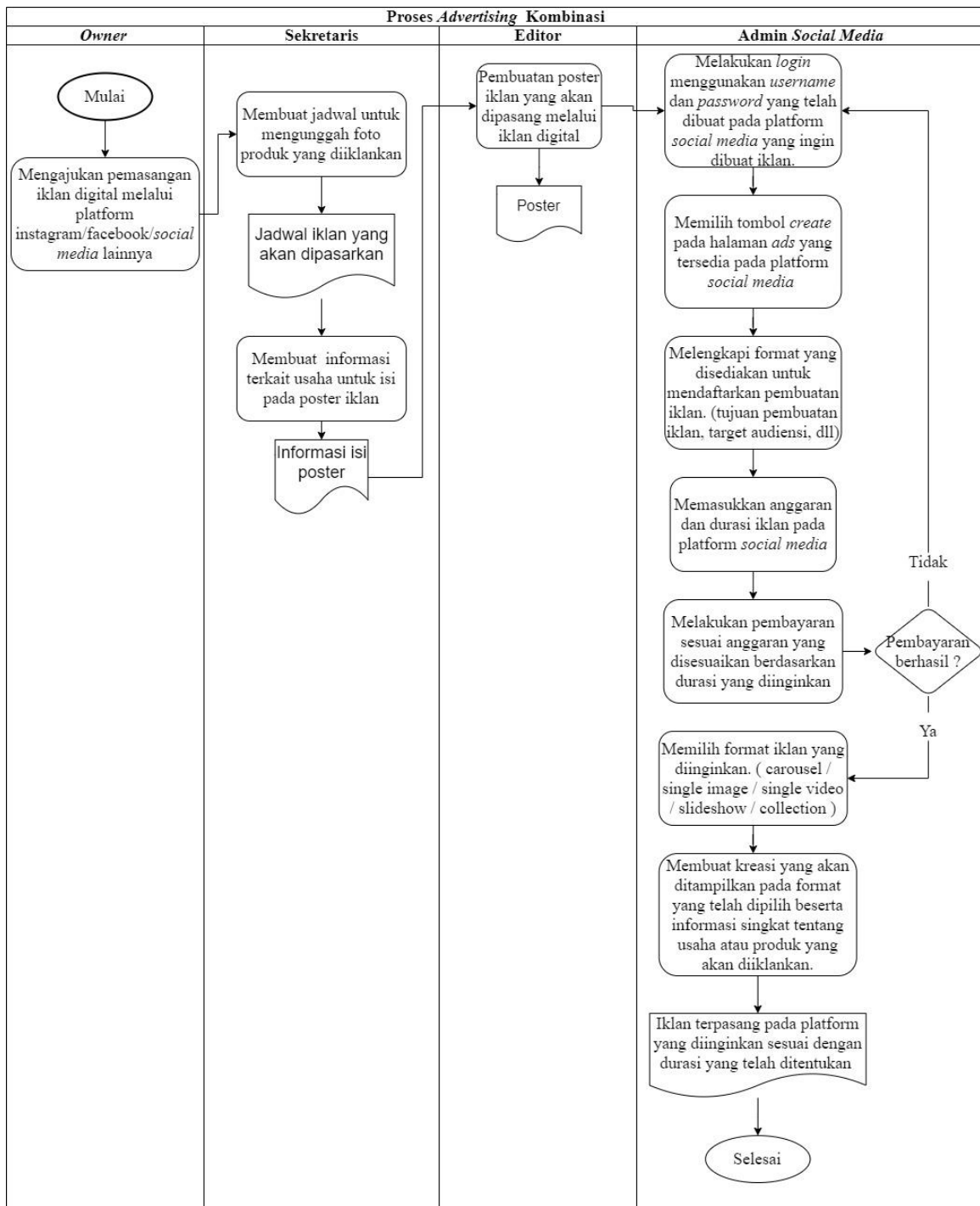
Gambar 3.4 Skema proses tahap combination

SOP berguna untuk pedoman dalam menggunakan proses bisnis di dalam kegiatan pemasaran dan SOP berguna sebagai penilaian kinerja Wbapparel.co.



Gambar 3.5 Proses Bisnis Mobile Marketing Kombinasi

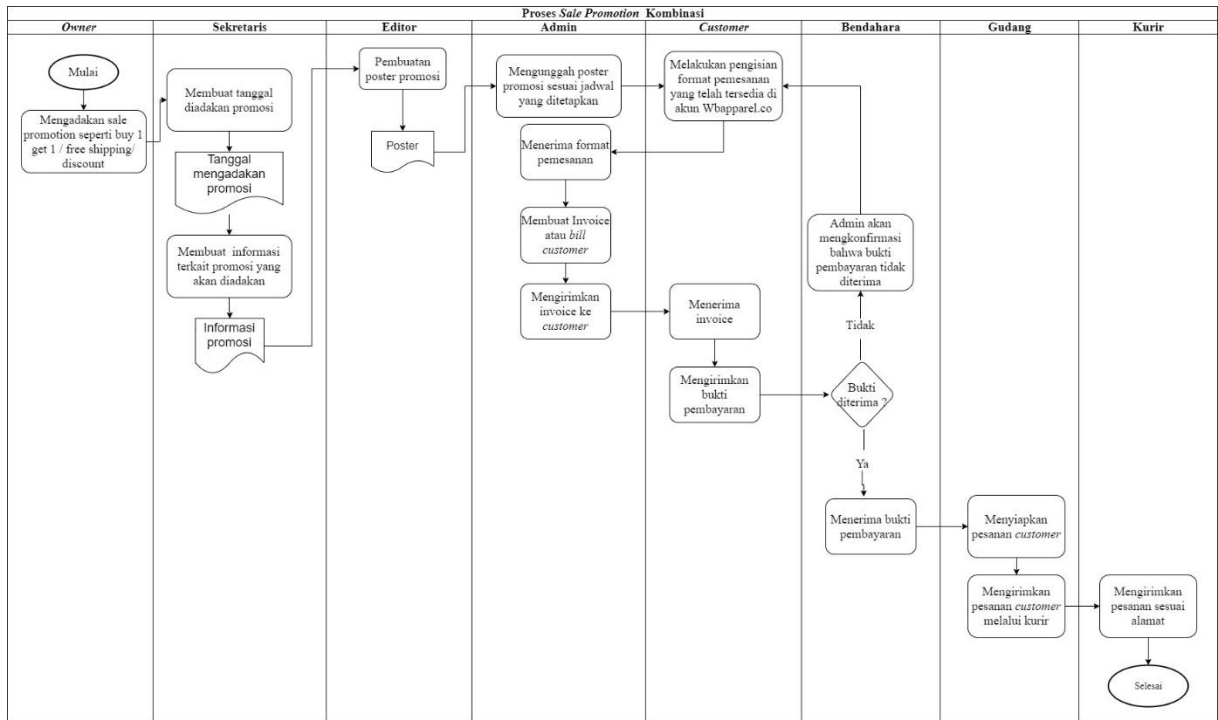
Prosis bisnis Mobile Marketing kombinasimerupakan proses bisnis kombinasi antara proses bisnis mobile marketing responden 1 dan proses bisnis mobile marketing responden 2 yang digabungkan dan menjadi proses bisnis best practice untuk kegiatan pemasaran mobile marketing. Pada proses bisnis mobile marketing kombinasi ini terdapat 4 peranan yaitu owner, pegawai, kurir, dan customer.



Gambar 3.6 Proses Bisnis Advertising Kombinasi

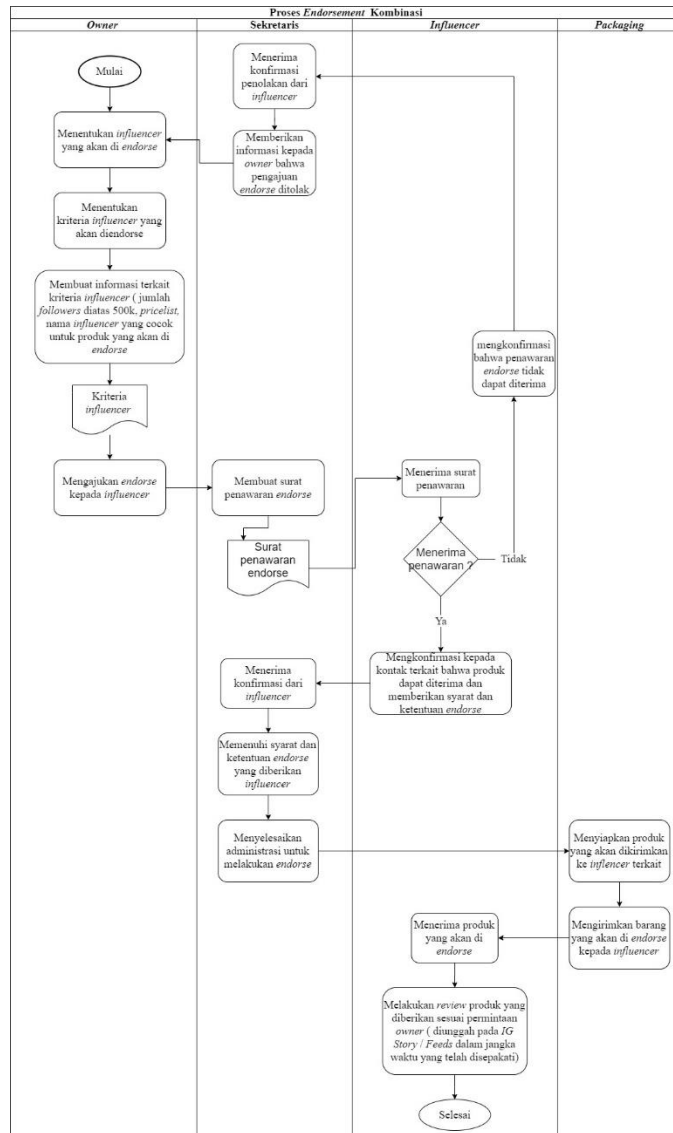
Proses bisnis *advertising* kombinasi merupakan proses bisnis kombinasi antara proses bisnis *advertising* responden 1 dan proses bisnis *advertising* responden 2 yang digabungkan dan menjadi proses bisnis best practice untuk kegiatan pemasaran *advertising*. Pada proses bisnis *advertising* kombinasi ini terdapat 4 peranan yaitu owner, pegawai, kurir, dan customer.





Gambar 3.7 Proses Bisnis Sale Promotion Kombinasi

Proses bisnis *sale promotion* merupakan proses bisnis kombinasi antara proses bisnis sale promotion responden 1 dan proses bisnis sale promotion responden 2 yang digabungkan dan menjadi proses bisnis best practice untuk kegiatan pemasaran sale promotion. Pada proses bisnis sale promotion kombinasi ini terdapat 4 peranan yaitu owner, pegawai, kurir, dan customer.

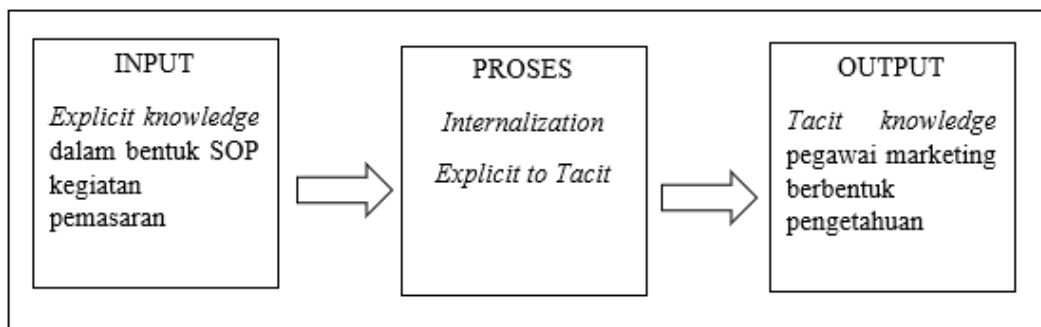


Gambar 3.8 Proses Bisnis Endorsement Kombinasi

Proses bisnis *endorsement* kombinasi merupakan proses bisnis kombinasi antara proses bisnis *endorsement* responden 1 dan proses bisnis *endorsement* responden 2 yang digabungkan dan menjadi proses bisnis best practice untuk kegiatan pemasaran *endorsement*. Pada proses bisnis mobile marketing kombinasi ini terdapat 4 peranan yaitu owner, pegawai, kurir, influencer dan customer.

**3.6 Tahap Internalization**

Tahap Internalization adalah tahap lanjutan dalam pengolahan data. Pada tahap internalization ini dilakukan internalisasi proses bisnis yang dibuat pada tahap combination. Internalisasi merupakan proses transformasi knowledge dari bentuk explicit ke bentuk tacit.



Gambar 3.9 Skema Proses Tahap Internalization



Tahap Internalization dilakukan dengan cara memberikan kuesioner acceptance requirement atau kuesioner yang berisi tentang proses bisnis yang telah dibuat bisa diterima atau tidak oleh owner dan pegawai dari Wbapparel.co. Tujuan dilakukannya pengisian kuesioner acceptance requirement adalah sebagai berikut.

1. Mengkonversi explicit knowledge yang berbentuk proses bisnis best practice menjadi tacit knowledge bagi pelaku proses bisnis ketika melakukan proses bisnis best practice pada kegiatan pemasaran di Wbapparel.co.
  2. Menyampaikan hal-hal yang harus dilakukan dan dipenuhi oleh pelaku proses bisnis untuk mengaplikasikan proses bisnis best practice.
  3. Mengetahui kesediaan pelaku proses bisnis untuk mengaplikasikan proses bisnis best practice yang diusulkan.
  4. Mengetahui alasan-alasan proses bisnis yang dirancang tidak dapat dilaksanakan atau kendala yang mungkin dihadapi dalam pengaplikasian proses bisnis best practice, baik alur proses maupun KPI yang telah dirancang.
- Rangkuman hasil penyebaran *kuesioner acceptance requirement* kepada *owner* dan pegawai Wbapparel.co dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 3. 2 Hasil Internalisasi Kegiatan

Kegiatan	Hasil Internalisasi
<i>Mobile Marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SOP kegiatan <i>mobile marketing</i> sudah diketahui oleh pegawai dan <i>owner</i>.</li> <li>- SOP kegiatan <i>mobile marketing</i> yang telah dirancang dapat diterima dan sesuai maka dari itu proses bisnis yang telah dirancang dapat digunakan oleh Wbapparel.co</li> </ul>
<i>Advertising</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SOP kegiatan <i>advertising</i> sudah diketahui oleh pegawai dan <i>owner</i>.</li> <li>- SOP kegiatan <i>advertising</i> yang telah dirancang dapat diterima dan sesuai maka dari itu proses bisnis yang telah dirancang dapat digunakan oleh Wbapparel.co</li> </ul>
<i>Sale Promotion</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SOP kegiatan <i>sale promotion</i> sudah diketahui oleh pegawai dan <i>owner</i>.</li> <li>- SOP kegiatan <i>sale promotion</i> yang telah dirancang dapat diterima dan sesuai maka dari itu proses bisnis yang telah dirancang dapat digunakan oleh Wbapparel.co</li> </ul>
<i>Endorsement</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SOP kegiatan <i>endorsement</i> sudah diketahui oleh pegawai dan <i>owner</i>.</li> <li>- SOP kegiatan <i>endorsement</i> yang telah dirancang dapat diterima dan sesuai maka dari itu proses bisnis yang telah dirancang dapat digunakan oleh Wbapparel.co</li> </ul>

Hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel diatas bahwa *owner* dan pegawai Wbapparel.co yang menjadi responden kuesioner menyatakan proses bisnis dan indikator keberhasilan yang telah dirancang dapat diterapkan dan digunakan oleh Wbapparel.co.

Komponen-komponen yang dapat diidentifikasi dalam pengolahan data pada tahap internalization adalah pengetahuan mengenai SOP Wbapparel.co tentang kegiatan pemasaran. Individu yang merupakan pegawai Wbapparel.co yang akan menggunakan SOP untuk pelaksanaan kegiatan pemasaran. Explicit knowledge berupa dokumen SOP yang berisi hasil identifikasi tacit knowledge, explicit knowledge, dan KPI. Tacit knowledge yang berupa deskripsi atau penjelasan kepada pegawai Wbapparel.co terhadap proses bisnis best practice dalam melakukan kegiatan pemasaran.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Penelitian ini bertujuan untuk merancang proses bisnis dan indikator keberhasilan untuk membantu kegiatan pemasaran Wbapparel.co dibuat berdasarkan best practice yang telah dihasilkan dari proses wawancara dengan metode SECI yaitu socialization, externalization, combination dan internalization. Perancangan proses bisnis dan indikator keberhasilan dapat memudahkan pegawai Wbapparel.co untuk menjalankan kegiatan pemasaran seperti mobile marketing, advertising, sale promotion dan endorsement. Rancangan proses bisnis dan indikator keberhasilan telah disertai standar operasional prosedur untuk mempermudah ketika Wbapparel.co menerima pegawai baru sehingga dapat mempermudah pegawai baru untuk mempelajari kegiatan pemasaran yang dijalankan pada usaha Wbapparel.co.

#### Daftar Pustaka

- Fitz-Gibbon, C. T. (1990). Performance Indicators.BERA Dialogues.
- Irma Becerra Fernandez. (2010). Knowledge Management System and Process.Armonk: M.E. SHarpe.Inc.
- Johansson, H. J. (1993). Business Process Reengineering: BreakPoint Strategiesfor Market Dominance.John Wiley & Sons.
- Kusuma, F. S. D., & Devie. (2008). Analisa Pengaruh Knowledge Management Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. Journal of Chemical Information and Modeling, 11. <https://doi.org/10.1007/978-1-4614-7990-1>.

- Hoe, S. L. (2006). Tacit knowledge, nonaka and takeuchi seci model and informal knowledge processes. *International Journal of Organization Theory & Behavior*. <https://doi.org/10.1108/ijotb-09-04-2006-b002>.
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan 2017*, 1–9.
- Harrington, H. J. (1991). *Business Process Improvement: The Breakthrough Strategy for Total Quality, Productivity, and Competitiveness*. California: McGraw-Hill, Inc.
- Parmenter, D. (2007). *Key performance indicators: Developing, implementing, and using winning KPIs*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Nonaka dan Takeuchi. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. New York: Oxford University Press.
- Snell. (2007). *Service Science Research, Strategy and Innovation : Dynamic Knowledge Management Methods*. Glenside: Business Science Reference.
- Tiwana. (1999). *Lala*. Bandung: Springer.
- Tiwana. (1999). *The Knowledge Management Toolkit. Practical Techniques for Building a Knowledge Management System*. Atlanta: Prentice Hall PTR.

