

Implementasi *Enterprise Resource Planning System* Odoo Modul *Website*

Submitted: 11-12-2024; Revised: 22-01-2025; Accepted: 18-07-2025

Siti Patimah¹, *Naia Kusumaning Ayu², Dewi Hajar³

^{1,2,3}*Logistik Niaga-Elektronik, Politeknik Multimedia Nusantara, Tangerang, Indonesia*

*E-mail: naia.kusumaning@student.mnp.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada implementasi modul *Website* dalam sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) Odoo untuk mendukung strategi pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Bakso Krucil Tukuwo. Tujuan penelitian adalah mengembangkan solusi berbasis teknologi yang mampu meningkatkan efisiensi pemasaran sekaligus pengelolaan informasi produk secara efektif. Dengan menggunakan metode *Rapid Application Development* (RAD), proses pengembangan sistem dilakukan secara cepat, terstruktur, dan berorientasi pada kebutuhan pengguna. Tahapan penelitian meliputi identifikasi kebutuhan pengguna, perencanaan sistem, desain antarmuka pengguna, pengembangan modul, hingga implementasi dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modul *Website* pada Odoo dapat menyediakan berbagai fitur yang mendukung pengelolaan konten, katalog produk, dan interaksi pelanggan secara terintegrasi. Fitur-fitur ini mempermudah Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah dalam menampilkan informasi produk secara profesional, memperluas jangkauan pasar melalui media digital, serta meningkatkan keterlibatan pelanggan. Sistem yang dikembangkan tidak hanya membantu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memasarkan produk secara lebih luas tetapi juga mengurangi hambatan operasional, seperti pengelolaan informasi manual yang memakan waktu. Digitalisasi pemasaran melalui modul ini terbukti mampu meningkatkan efisiensi dan daya saing Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah di era teknologi informasi. Penelitian ini memberikan solusi praktis bagi Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah untuk memanfaatkan teknologi *Enterprise Resource Planning* (ERP) sebagai alat transformasi digital. Platform *website* yang dirancang memungkinkan pengelolaan bisnis yang lebih modern, terorganisir, dan terukur. Hasilnya, sistem tidak hanya mendukung pemasaran yang efektif tetapi juga memberikan peluang untuk inovasi dan pertumbuhan yang berkelanjutan di sektor Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah.

Kata kunci: ERP, Odoo, *website*, UMKM, RAD, pemasaran.

ABSTRACT

This study focuses on the implementation of the Website module in the Odoo Enterprise Resource Planning (ERP) system to support the marketing strategy of the Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) Bakso Krucil Tukuwo. The objective of this research is to develop a technology-based solution capable of enhancing marketing efficiency while effectively managing product information. Using the Rapid Application Development (RAD) methodology, the system development process is carried out rapidly, in a structured manner, and oriented toward user needs. The research stages include user requirement identification, system planning, user interface design, module development, as well as implementation and evaluation. The results of the study indicate that the Website module in Odoo provides various features that support integrated content management, product cataloging, and customer interaction. These features facilitate MSMEs in presenting product information professionally, expanding market reach through digital media, and increasing customer engagement. The developed system not only helps MSMEs market their products more broadly but also reduces operational barriers, such as time-consuming manual information management. Marketing digitalization through this module has proven to enhance efficiency and competitiveness of MSMEs in the era of information technology. This study offers a practical solution for MSMEs to utilize Enterprise Resource Planning (ERP) technology as a tool for digital transformation. The designed website platform enables more modern, organized, and measurable business management. As a result, the system not only supports effective marketing but also opens opportunities for innovation and sustainable growth in the MSME sector.

Keywords: ERP, Odoo, Website, MSME, RAD, Marketing

PENDAHULUAN

Sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) adalah konsep untuk merancang dan mengelola sumber daya perusahaan, meliputi dana, manusia, mesin, suku cadang, waktu, material dan kapasitas, mulai dari manajemen paling atas hingga operasional, dan mempunyai tujuan untuk membantu integrasikan aktivitas perusahaan. Seperti namanya *Enterprise Resource Planning* (ERP) terdiri dari 3 elemen, yaitu *Enterprise*, *Resource* dan *Planning*, yang memiliki arti bahwa *Enterprise Resource Planning* (ERP) menekankan aspek perencanaan dan analisis sumber daya perusahaan. Menurut (Susanto, 2008) *Enterprise Resource Planning* (ERP) adalah *software* paket integrasi yang dirancang untuk memberikan integrasi yang lengkap terhadap seluruh data yang terkait dengan sistem informasi perusahaan. Giovindaraju & Gondodiwiejo (2008), mengungkapkan bahwa *Enterprise Resource Planning* (ERP) adalah suatu sistem yang mampu memadukan dan mengintegrasikan fungsi-fungsi bisnis dalam perusahaan seperti, fungsi manufaktur keuangan dan manajemen rantai suplai. Wijaya & Darudianto (2009), mengemukakan bahwa *Enterprise Resource Planning* (ERP) merupakan konsep untuk merencanakan dan mengelola sumber daya perusahaan yaitu, berupa paket aplikasi program terintegrasi dan multi modul yang dirancang untuk melayani dan mendukung berbagai fungsi dalam perusahaan (*to serve and support multiple business functions*), sehingga pekerjaan menjadi lebih efisien dan dapat memberikan pelayanan lebih bagi konsumen, yang akhirnya dapat menghasilkan nilai tambah dan memberikan keuntungan maksimal bagi semua pihak yang bekepentingan (*stake holder*) atas perusahaan. *Enterprise Resource Planning* (ERP) adalah konsolidasi dari semua sistem informasi yang mencakup berbagai proses di dalam perusahaan (Annisa Wahdiniawati et al., 2023). Di sisi lain *Enterprise Resource Planning* (ERP) disebut sebagai *back-office system* yang dimana publik dan pelanggan tidak dilibatkan dalam sistemnya (Nur Arafah et al., 2022). ERP banyak digunakan oleh perusahaan karena sistemnya mampu diintegrasikan dengan *software* perusahaan (Supriyono & Sutiah, 2020) dan juga mampu mengintegrasikan seluruh proses bisnis dari berbagai fungsi antar bidangnya (Novitasari et al., 2023).

Odoo adalah salah satu sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) yang merupakan alat untuk mengelola bisnis berbasis web dan bersifat *open source*. Konsep sistem modul yang digunakan dalam pembuatan sistem ini memungkinkannya untuk memenuhi kebutuhan dari yang paling kecil hingga yang paling besar dari berbagai organisasi dan perusahaan. Tujuan utama Odoo adalah menjadi sistem perencanaan sumber daya perusahaan yang dirancang untuk mengelola proses bisnis dan melacak data terkait mereka. Proses bisnis termasuk penjualan, pembelian, stok, akuntansi, dan manajemen proyek. Keunikan Odoo terletak pada kemampuannya untuk digunakan dengan mudah dan memiliki integrasi yang komprehensif secara bersamaan (Aziza & Rahayu, 2019). *Software Odoo* memiliki tingkat fleksibilitas yang cukup tinggi sehingga dapat digunakan dan diadaptasi sesuai dengan kebutuhan perusahaan (Widodo & Sarah, n.d.) Odoo memiliki beberapa modul unggulan yang dapat bermanfaat bagi perkembangan bisnis yaitu, *Point of Sales*, *Sales*, *Customer Relationship Management*, *Manufacturing*, *Human Resource*, *Warehouse Management*, *Inventory*, *Accounting*, dan lainnya (Cantika Setiani & Abdillah, 2023). Salah satu modul Odoo yang bisa digunakan dalam perkembangan bisnis adalah Modul *Website*. Modul *Website* dapat digunakan untuk memberikan informasi dan menampilkan visualisasi produk. Modul *Website* juga dapat digunakan sebagai media pemasaran yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang perlu dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan usaha dan juga keberlangsungan dari perusahaan tersebut. Menurut Kotler (1997), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu maupun kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran (*marketing*) berasal dari kata *market* (pasar). Secara sederhana, pasar dapat dipahami sebagai tempat dimana sekelompok penjual dan pembeli bertemu kemudian terjadi transaksi antar kedua belah pihak. Pasar merupakan tempat dimana konsumen dengan kebutuhan dan keinginannya bersedia dan mampu untuk terlibat dalam pertukaran guna memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Kegiatan pemasaran perusahaan harus memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan (Swastha & Handoko, 2011)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian, yang didefinisikan sebagai bentuk usaha ekonomi produktif yang bersifat independen atau berdiri sendiri. UMKM dapat dimiliki oleh perorangan maupun kelompok, dan karakteristik utamanya adalah tidak menjadi bagian dari struktur badan usaha cabang perusahaan utama, melainkan beroperasi secara mandiri untuk mencapai tujuannya. Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah juga berperan sebagai penggerak utama perekonomian lokal, menciptakan lapangan pekerjaan, serta berkontribusi pada pemerataan distribusi pendapatan dalam masyarakat. Keberadaan UMKM menjadi faktor penting dalam menciptakan daya saing yang sehat di pasar, karena mereka mampu menawarkan produk dan layanan yang beragam, serta sering kali memiliki keunggulan dalam hal inovasi dan pelayanan yang lebih personal kepada pelanggan. Menurut (Wayan Duti Ariani & Ayu Suresmiathi, n.d.), melalui kewirausahaan, Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah sangat berperan dalam mengurangi tingkat kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan serta membangun kepribadian negara. Adanya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) akan menjadikan stabilitas untuk Indonesia khususnya di bidang perekonomian. Hal tersebut disebabkan oleh kenyataan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kemampuan untuk bertahan dan bersaing di tengah dominasi usaha besar.

UMKM tidak hanya mampu menghadirkan alternatif pilihan produk atau jasa bagi masyarakat, tetapi juga memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi secara signifikan. Dengan karakteristiknya yang fleksibel dan adaptif terhadap perubahan pasar, UMKM mampu menciptakan lapangan kerja yang luas dan meningkatkan produktivitas masyarakat melalui pemberdayaan tenaga kerja yang lebih terampil dan produktif. Keberadaan UMKM memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian lokal dan nasional, sekaligus menjadi motor penggerak dalam mempercepat distribusi pendapatan serta mengurangi kesenjangan ekonomi. Dengan potensi ini, UMKM memainkan peran strategis dalam memperkuat struktur ekonomi yang berkelanjutan di tengah berbagai tantangan global maupun lokal. Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam perekonomian negara, Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mengembangkan keterampilan, menyalurkan kreativitas dan meningkatkan pendapatan ekonomi (Gustika et al., n.d.).

Bakso Krucil Tukuwo adalah sebuah bisnis UMKM yang bergerak di bidang produksi bakso daging berkualitas. Selama masa pandemi COVID-19 pada tahun 2019 hingga 2022, usaha ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat berkat meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk makanan olahan, termasuk bakso. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, usaha ini menghadapi tantangan signifikan berupa penurunan minat dari pelanggan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya dukungan dari usaha tersebut dalam memaksimalkan potensi kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk menjalankan operasionalnya secara optimal. Akibatnya, UMKM Bakso Krucil Tukuwo menghadapi kesulitan dalam mempertahankan daya saingnya di pasar.

Untuk mengatasi situasi ini, UMKM tersebut sangat membutuhkan sebuah sistem yang dapat membantu mereka dalam menjalankan bisnis secara lebih efektif, khususnya dalam hal manajemen pemasaran. Saat ini, Bakso Krucil Tukuwo belum memiliki sistem yang terintegrasi dengan baik untuk mengelola informasi terkait pemasaran, sehingga mengakibatkan berbagai kendala dalam menyampaikan informasi yang relevan kepada pelanggan. Keterbatasan ini membuat deskripsi produk tidak dapat disampaikan dengan cara yang detail, akurat, dan cepat. Akibatnya, banyak pelanggan yang merasa kurang mendapat gambaran yang jelas mengenai keunggulan produk yang ditawarkan. Hal ini tidak hanya mengurangi peluang untuk menarik pelanggan baru, tetapi juga dapat memengaruhi tingkat loyalitas pelanggan yang sudah ada. Sebuah solusi sistem terintegrasi sangat diperlukan untuk membantu UMKM ini meningkatkan kualitas pelayanan dan memperkuat strategi pemasaran mereka.

Keterbatasan media pemasaran dapat menjadi hambatan besar bagi usaha kecil dan menengah (UKM) seperti Bakso Krucil Tukuwo untuk berkembang. Perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi digital untuk mendapatkan informasi dan melakukan pembelian menuntut pelaku usaha untuk mengadopsi pendekatan pemasaran yang lebih modern. Tanpa strategi pemasaran yang efektif, usaha seperti Bakso Krucil Tukuwo berisiko kehilangan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, mengatasi permasalahan ini membutuhkan pendekatan yang inovatif dan adaptif dengan memanfaatkan berbagai teknologi dan strategi pemasaran yang efektif. Tidak hanya penting untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, tetapi juga untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan yang sudah ada. Terdapat beberapa strategi dalam menyelesaikan permasalahan tersebut, diantaranya adalah dengan memanfaatkan Media Sosial sebagai wadah mempromosikan produk. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok menawarkan peluang besar untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas. Dengan membuat konten menarik seperti video proses pembuatan bakso, ulasan pelanggan, serta promosi harian, Bakso Krucil Tukuwo dapat meningkatkan *brand awareness* secara signifikan. Media sosial juga memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan melalui komentar atau pesan pribadi, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Selain media sosial, membuat *website* interaktif juga bisa dilakukan sebagai sarana promosi. Dengan menggunakan sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) seperti Odoo, Bakso Krucil Tukuwo dapat mengembangkan modul *website* yang menampilkan informasi lengkap mengenai produk, harga, lokasi, dan kontak. *Website* ini juga dapat dilengkapi dengan fitur pemesanan online untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi. Selain itu, fitur seperti blog yang berisi resep, tips kuliner, atau cerita tentang usaha dapat menarik perhatian pengunjung *website* dan meningkatkan keterlibatan mereka.

Penelitian ini menggunakan metode *Rapid Application Development* (RAD), yaitu sebuah pendekatan pengembangan perangkat lunak yang dirancang untuk mempercepat proses pengembangan aplikasi melalui siklus pengembangan yang singkat dan efisien. Metode ini berfokus pada pengurangan waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan perangkat lunak yang fungsional tanpa mengorbankan kualitas. Dalam penerapannya, RAD mengutamakan iterasi yang cepat dan penggunaan kembali komponen perangkat lunak yang sudah ada atau berbasis komponen. Pendekatan ini memungkinkan tim pengembang untuk merancang, mengembangkan, dan menyelesaikan aplikasi dalam waktu yang relatif lebih singkat dibandingkan metode tradisional. Keunggulan lain dari metode RAD adalah pendekatannya yang iteratif, di mana pengembangan perangkat lunak dilakukan secara bertahap, memungkinkan tim untuk terus mengevaluasi dan memperbaiki desain berdasarkan umpan balik yang diterima. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan RAD memungkinkan peneliti untuk merancang, mengembangkan, dan menguji solusi perangkat lunak secara berulang, sehingga memastikan bahwa hasil akhir yang dihasilkan benar-

benar sesuai dengan kebutuhan pengguna, yaitu UMKM Bakso Krucil Tukuwo.

Dengan pendekatan berbasis komponen ini, proses konstruksi perangkat lunak dapat dilakukan dengan lebih terstruktur, fleksibel, dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan pengguna, sehingga perangkat lunak yang dihasilkan dapat memenuhi harapan dan kebutuhan yang spesifik secara lebih akurat. g menekankan pada siklus pengembangan yang cepat dan uga kontruksi yang berbasis komponen. (Octavian Pradana & Sutisna, 2022), mengungkapkan bahwa metode ini dirancang untuk memungkinkan pengembangan yang leboh cepat dan hasil yang leboh baik dibandingkan pendekatan yang lainnya, serta hal tersebut telah terbukti berhasil dan sukses dalam berbagai industri. Penelitian dengan judul "Perancangan Sistem ERP Modul *Point of Sale* Berbasis *Odoo* Pada Banyuwangi Festival Dengan Metode *Rapid Application Development*" yang dilakukan oleh (Afrananta et al., 2024) yang juga menggunakan metode *Rapid Application Development* membuktikan bahwa sistem yang dirancang membantu meningkatkan efisiensi operasional. Dengan struktur dan prosesnya yang jelas, RAD tidak hanya membantu mendeskripsikan tahapan-tahapan yang dilalui dalam penelitian ini, tetapi juga mendukung pencapaian hasil yang relevan dan dapat diaplikasikan secara langsung. Oleh karena itu, metode ini dipilih karena diyakini mampu memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk menjelaskan hubungan antara kebutuhan pengguna, solusi yang dirancang, dan hasil yang diharapkan.

Permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah keterbatasan media yang dimiliki oleh Bakso Krucil Tukuwo dalam memasarkan produk serta menyampaikan informasi yang relevan dan detail tentang produk yang mereka tawarkan kepada pelanggan. Saat ini, Bakso Krucil Tukuwo belum memiliki sarana yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan memberikan informasi yang dapat diakses dengan mudah oleh calon pelanggan. Hal ini menjadi kendala dalam meningkatkan daya saing usaha serta memperluas pangsa pasar mereka di era digital. Penelitian ini membatasi ruang lingkupnya dengan memanfaatkan modul *Website* yang tersedia dalam sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) *Odoo* sebagai solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Modul ini dipilih karena kemampuannya yang komprehensif dalam menyediakan platform untuk pemasaran, publikasi, dan penyampaian informasi yang terintegrasi dengan baik. Dengan memanfaatkan modul ini, Bakso Krucil Tukuwo diharapkan dapat memasarkan produk mereka secara lebih efektif, menarik perhatian calon pelanggan, dan memberikan informasi yang lebih lengkap mengenai produk yang ditawarkan, termasuk detail seperti deskripsi, harga, dan keunggulan produk.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran dan informasi yang mendalam terkait potensi ERP *System* *Odoo*, khususnya modul *Website*, sebagai alat yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan pemasaran usaha atau bisnis di berbagai kalangan, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan mengadopsi teknologi ini, UMKM seperti Bakso Krucil Tukuwo dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, dan pada akhirnya meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

METODE

Rapid Application Development (RAD) dipilih sebagai metode pada penelitian ini. RAD digunakan karena metode tersebut merupakan metode yang sistematis dalam menggambarkan dan menjelaskan proses yang dilakukan dan dirancang dalam penelitian ini.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini memiliki beberapa tahapan sebagai berikut:

a. *Identification*

Tahap pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah proses identifikasi objek penelitian, yang menjadi langkah awal untuk memahami secara menyeluruh konteks dan permasalahan yang dihadapi. Identifikasi ini dilakukan dengan melibatkan kegiatan observasi langsung ke lapangan atau tinjauan lapangan guna memperoleh data dan informasi yang relevan mengenai kondisi

aktual di lokasi penelitian. Selain itu, tahap ini juga diiringi dengan pencarian dan kajian literatur terkait, yang melibatkan penelusuran berbagai sumber informasi seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, serta penelitian terdahulu. Hasil dari identifikasi objek penelitian dan kajian literatur ini kemudian digunakan untuk merumuskan permasalahan secara spesifik, menetapkan batasan masalah yang akan menjadi fokus penelitian, serta menentukan tujuan penelitian yang ingin dicapai.

b. *Requirement Planning*

Tahapan kedua dalam penelitian ini adalah proses realisasi dalam perancangan sistem, yang menjadi langkah penting setelah identifikasi awal kebutuhan objek penelitian. Proses ini dimulai dengan menggambarkan secara rinci proses bisnis yang sedang berlangsung pada objek penelitian, dalam hal ini adalah UMKM Bakso Krucil Tukuwo, untuk memahami alur kerja dan kendala-kendala yang dihadapi dalam operasional maupun pemasaran. Melalui analisis terhadap proses bisnis tersebut, peneliti kemudian menyusun desain sistem yang bertujuan untuk memberikan solusi konkret terhadap masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya.

c. *User Design*

Tahap ketiga dalam penelitian ini adalah proses visualisasi rancangan sistem, yang bertujuan untuk menggambarkan desain sistem secara lebih jelas dan terstruktur menggunakan alat bantu pemodelan yang standar dan mudah dipahami. Pada tahap ini, digunakan pendekatan *Unified Modeling Language* (UML), yaitu sebuah metode pemodelan visual yang membantu dalam mendokumentasikan, merancang, dan memahami sistem perangkat lunak secara komprehensif. Diantaranya adalah *Use Case Diagram*, yang digunakan untuk menggambarkan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem yang dirancang. Dengan melakukan visualisasi melalui UML, rancangan sistem yang sebelumnya bersifat konseptual dapat diubah menjadi representasi grafis yang lebih mudah dipahami dan dapat divalidasi oleh berbagai pemangku kepentingan. Hal ini memastikan bahwa sistem yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan, efisien, dan siap untuk diimplementasikan dalam tahap selanjutnya.

d. *Development*

Tahap selanjutnya dalam penelitian ini adalah proses penjelasan dan konfigurasi aplikasi Odoo, yang bertujuan untuk menghadirkan solusi konkret terhadap permasalahan yang telah diidentifikasi. Pada tahap ini, peneliti menjelaskan secara rinci langkah-langkah konfigurasi yang dilakukan pada aplikasi Odoo untuk memastikan bahwa sistem yang dikembangkan mampu memenuhi kebutuhan spesifik dari objek penelitian, yaitu UMKM Bakso Krucil Tukuwo.

e. *Deployment*

Tahap terakhir dalam penelitian ini adalah pengujian terhadap *prototype* yang telah dirancang sebelumnya. Pada tahap ini, peneliti melakukan evaluasi menyeluruh terhadap sistem atau aplikasi yang telah dikembangkan untuk memastikan bahwa sistem tersebut berfungsi sebagaimana mestinya dan dapat memenuhi tujuan yang telah ditetapkan.

HASIL

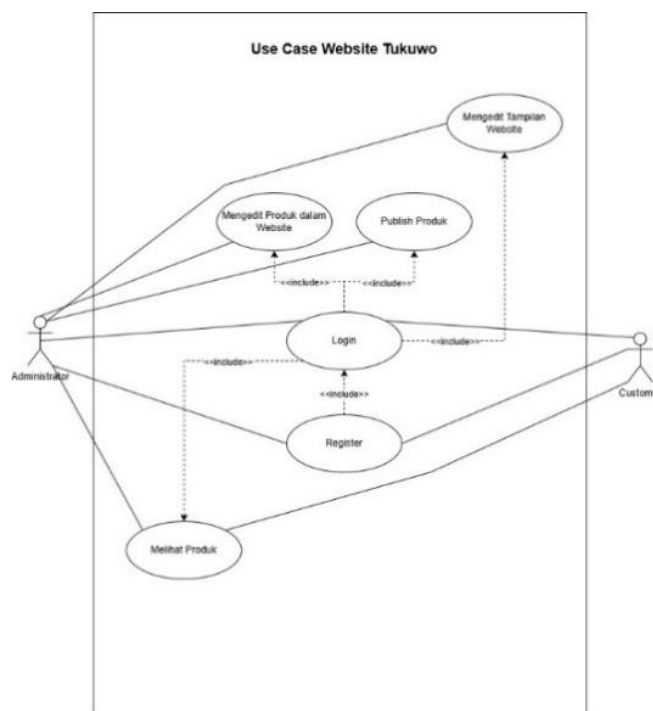
Bab ini membahas hasil dari proses pengembangan sistem berbasis *Enterprise Resource Planning* (ERP) menggunakan Odoo, yang dirancang dengan menerapkan metode *Rapid Application Development* (RAD). Metode *Rapid Application Development* (RAD) dipilih karena pendekatannya yang sistematis dan iteratif, sehingga memungkinkan proses pengembangan dilakukan secara efisien, dengan fokus pada pemenuhan kebutuhan pengguna dan penyempurnaan sistem berdasarkan umpan balik yang didapatkan selama tahapan pengembangan.

Proses pengembangan diawali dengan tahap identifikasi yang bertujuan untuk merumuskan permasalahan, menetapkan batasan, dan menentukan tujuan penelitian. Selanjutnya, dilakukan

perencanaan kebutuhan (*requirement planning*) yang mencakup analisis proses bisnis yang berjalan dan rancangan solusi sistem yang diajukan. Pada tahap desain pengguna (*user design*), dirancang visualisasi sistem menggunakan alat bantu seperti diagram *use case* untuk menggambarkan alur proses dan interaksi antar elemen sistem. Tahap ini menjadi acuan utama dalam proses pengembangan aplikasi. Tahap pengembangan (*development*) dilakukan dengan melakukan konfigurasi Odoo sesuai dengan kebutuhan yang telah dirumuskan, serta pengujian sistem untuk memastikan kesesuaiannya dengan skenario yang dirancang. Umpan balik dari pengujian ini digunakan untuk penyempurnaan sistem sebelum memasuki tahap akhir. Tahap terakhir, yaitu penerapan (*deployment*), melibatkan pengujian terhadap prototipe untuk membuktikan apakah *website* mampu memenuhi kebutuhan. Dalam bab ini juga akan dijelaskan fitur-fitur yang terdapat pada setiap halaman *website*, yang dirancang untuk mendukung proses bisnis secara optimal. Bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai hasil dan analisis dari setiap tahapan metode *Rapid Application Development* (RAD) yang diterapkan, serta menunjukkan bagaimana sistem yang dikembangkan mampu menjadi solusi atas permasalahan yang diidentifikasi.

Use Case

Diagram Use Case *Website Tukuwo* memberikan gambaran yang mendetail mengenai hubungan dan interaksi antara dua aktor utama dalam sistem, yaitu Administrator dan Customer. Keduanya memiliki peran yang saling melengkapi untuk memastikan sistem *website* berfungsi dengan baik serta memenuhi kebutuhan pengelolaan dan penggunaannya. Diagram ini tidak hanya mencerminkan peran masing-masing aktor tetapi juga menggambarkan proses dan fungsi utama yang mendukung operasional *website* secara keseluruhan.



Gambar 2. Use Case Website Tukuwo

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

Administrator adalah aktor utama yang bertanggung jawab atas pengelolaan konten dan fungsi *website*. Tugas-tugas yang diemban oleh administrator mencakup beberapa aspek penting, seperti mengedit tampilan antarmuka *website* agar menarik dan *user-friendly*, memperbarui data produk, dan mempublikasikan produk. Pengelolaan tampilan antarmuka bertujuan untuk memastikan

pengguna, terutama *customer*, merasa nyaman saat mengakses *website*, baik dalam hal navigasi maupun visual. Sementara itu, pembaruan data produk mencakup pengisian informasi terkait seperti nama produk, deskripsi, harga, ketersediaan stok, hingga gambar produk yang mendukung pengalaman visual *customer*. Setelah data produk diperbarui, langkah berikutnya adalah mempublikasikan produk agar bisa dilihat oleh *customer* secara *online*. Proses ini penting karena produk yang tidak dipublikasikan tidak dapat diakses oleh *customer*.

Untuk dapat menjalankan tugas-tugas ini, administrator diwajibkan untuk melakukan *login* terlebih dahulu. *Login* adalah proses autentikasi yang memastikan bahwa hanya pihak yang memiliki otoritas, dalam hal ini administrator, yang dapat mengakses fungsi-fungsi pengelolaan sistem. Sistem juga menyediakan opsi registrasi bagi administrator yang belum memiliki akun. Registrasi memungkinkan pembuatan akun dengan identitas yang valid dan unik, memastikan keamanan akses dan meminimalkan risiko penyalahgunaan sistem. Proses ini dirancang untuk menciptakan lingkungan pengelolaan yang aman, efisien, dan terorganisir dengan baik.

Di sisi lain, *Customer* adalah aktor yang menjadi pengguna akhir dari sistem. Peran utama customer adalah mengakses dan melihat produk yang telah dipublikasikan oleh administrator. Sistem dirancang untuk memberikan pengalaman terbaik bagi customer, termasuk kemudahan dalam menjelajahi produk, membandingkan, dan membuat keputusan pembelian. Namun, untuk dapat menggunakan fitur-fitur sistem secara penuh, seperti melakukan pemesanan, memberikan ulasan, atau mengakses riwayat transaksi, customer diwajibkan untuk terlebih dahulu melakukan registrasi. Proses registrasi ini bertujuan untuk menciptakan akun yang bersifat personal, sehingga setiap customer memiliki akses yang aman dan terkontrol ke fitur-fitur yang tersedia. Setelah melakukan registrasi, customer harus melakukan *login* sebelum dapat menggunakan fitur lainnya. *Login* memastikan bahwa hanya customer yang terdaftar yang dapat mengakses layanan tertentu, seperti melihat daftar pesanan, mengelola keranjang belanja, atau memeriksa riwayat pembelian. Proses ini tidak hanya meningkatkan keamanan tetapi juga memungkinkan sistem memberikan pengalaman yang personal, misalnya dengan menampilkan rekomendasi produk berdasarkan aktivitas sebelumnya.

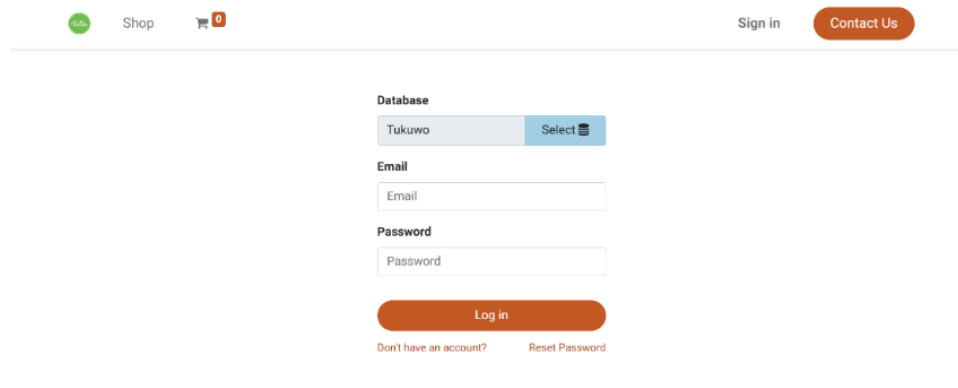
Diagram ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa proses registrasi dan *login* adalah elemen kunci yang menjadi prasyarat untuk mengakses fungsi-fungsi lainnya dalam sistem, baik bagi administrator maupun *customer*. Hal ini mencerminkan pentingnya autentikasi dalam menjaga integritas dan keamanan data di dalam sistem. Selain itu, diagram ini menonjolkan pentingnya integrasi antara pengelolaan data dan pengalaman pengguna dalam menciptakan sistem yang efektif dan efisien. Lebih jauh, desain sistem ini menunjukkan upaya untuk menciptakan keseimbangan antara kebutuhan pengelolaan dan kebutuhan pengguna. Administrator diberi alat yang memadai untuk mengelola *website* secara efisien, sementara *customer* mendapatkan akses yang aman dan mudah untuk menjelajahi produk yang tersedia. Pendekatan ini mencerminkan pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan operasional dan pengalaman pengguna, menjadikan sistem Tukuwo sebagai contoh sistem yang dirancang secara holistik.

Melalui diagram ini, dapat disimpulkan bahwa sistem Tukuwo memprioritaskan aspek keamanan, efisiensi, dan kepuasan pengguna. Dengan desain yang terintegrasi, sistem ini tidak hanya mendukung administrator dalam menjalankan tugasnya tetapi juga memberikan pengalaman yang optimal bagi customer. Diagram ini merepresentasikan bagaimana teknologi dapat digunakan untuk menciptakan solusi yang memenuhi kebutuhan berbagai pihak dalam ekosistem e-commerce.

Login dan Akses Modul Website

Login ke sistem Odoo adalah langkah awal yang penting sebelum pengguna dapat mengakses berbagai fitur dan modul yang tersedia. Berikut merupakan langkah - langkah dalam *login* odoo dan pengaktifan modul odoo:

a. Login Sistem Odoo

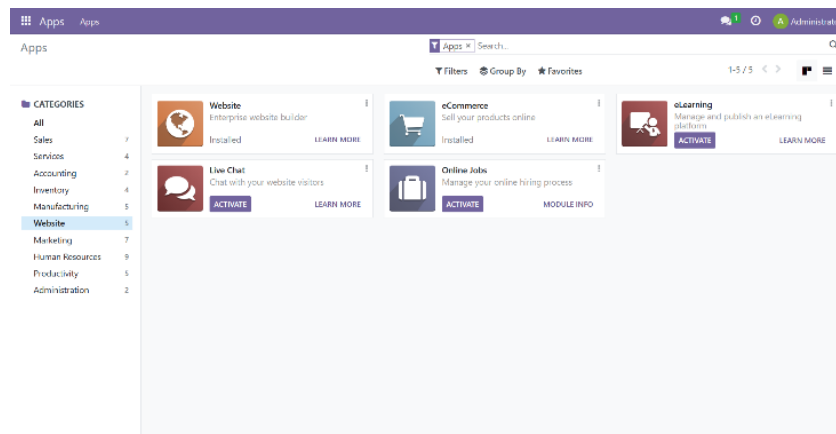


Gambar 1. Login Odoo

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

Langkah awal untuk menggunakan sistem Odoo adalah dengan melakukan proses *login*. Pengguna harus memasukkan informasi akun yang valid, seperti nama pengguna dan kata sandi, sebagai bentuk autentikasi. Proses *login* ini menjadi langkah utama karena memberikan akses terhadap berbagai fitur dan fungsionalitas yang disediakan oleh Odoo. Dengan langkah yang benar, pengguna dapat mengakses fitur sesuai dengan peran mereka dalam bisnis. Hal ini memastikan bahwa akses yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pengguna, sehingga sistem dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung operasional bisnis.

b. Akses Modul Odoo



Gambar 2. Dashboard Odoo

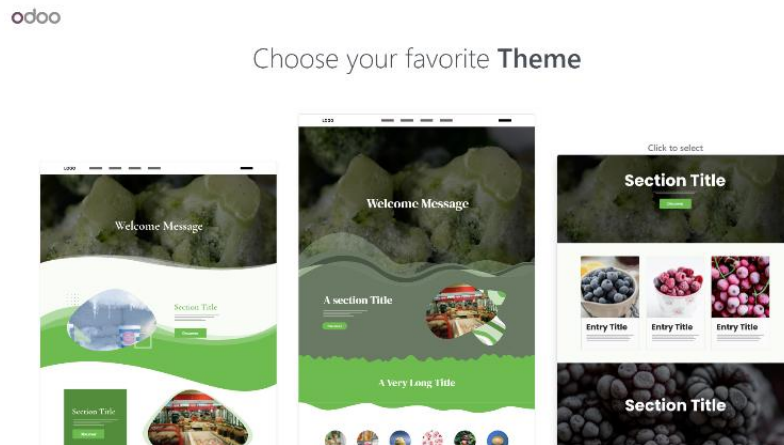
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

Setelah pengguna berhasil masuk ke sistem, tahap selanjutnya adalah mengakses modul *Website* yang terdapat pada *dashboard* Odoo. Modul *Website* dapat ditemukan melalui fitur pencarian atau dengan navigasi langsung pada menu *dashboard*. Modul ini dirancang untuk memberikan akses terhadap berbagai fitur yang mendukung pengelolaan dan pembuatan *website*.

Proses akses terhadap modul *Website* memungkinkan pengguna untuk memulai aktivitas seperti pembuatan, pengeditan, dan pengelolaan situs web sesuai kebutuhan spesifik. Modul ini menyediakan berbagai alat yang mendukung pengaturan tata letak, penambahan konten, pengelolaan produk, serta fungsi lainnya yang berkaitan dengan pengelolaan situs web. Tahapan ini memberikan pengguna kemampuan untuk mengontrol situs web mereka secara efektif, sehingga mendukung pengembangan *website* berbasis platform Odoo sesuai dengan kebutuhan bisnis.

Pembuatan *Website*

a. Pemilihan Tema

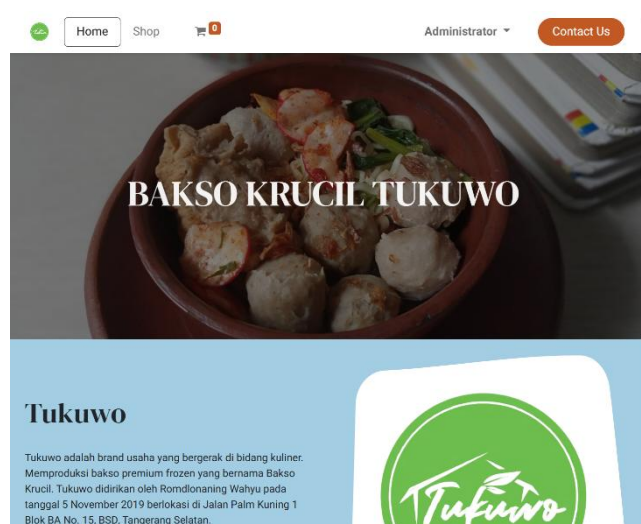


Gambar 3. *Template Odoo*

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

Setelah pengguna mengakses modul *Website*, langkah selanjutnya adalah memilih tema yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi melalui *menu Template* yang tersedia dalam modul tersebut. Proses ini memberikan berbagai pilihan tema yang dapat disesuaikan dengan karakteristik dan tujuan situs web, sehingga membantu menentukan tampilan visual dan gaya keseluruhan situs. Pemilihan tema yang tepat menjadi elemen penting untuk memastikan konsistensi dalam presentasi serta memberikan pengalaman pengguna yang optimal. Penentuan tema yang relevan memiliki peran strategis dalam mendukung keberhasilan pembuatan *website* menggunakan platform Odoo. Selain itu, jika pengguna ingin membangun situs web dari awal tanpa menggunakan template yang tersedia, platform Odoo juga menyediakan fitur yang memungkinkan pembuatan situs secara kustom sesuai kebutuhan pengguna.

b. Pembuatan Page Home



Gambar 4. *Homepage Website*

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

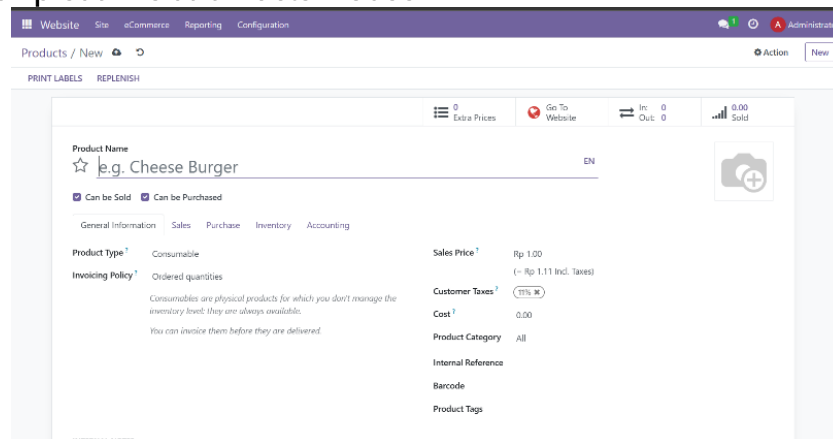
Halaman beranda situs web menyajikan elemen-elemen penting yang memberikan gambaran lengkap tentang perusahaan atau organisasi. Di bagian *About Us*, pengunjung dapat mengetahui profil singkat dari Tukuwo. Selain itu, produk unggulan ditampilkan pada bagian *"Highlight Product,"* memberikan informasi produk utama yang ditawarkan. Terdapat pula elemen

call to action yang ditempatkan strategis yang berbunyi "Tinggal Cemplungin Aja", mendorong pengunjung untuk membeli karena kemudahan dalam memasak produk dari Bakso Krucil Tukuwo. Bagian "Testimoni" dan galeri memperkuat citra bisnis dengan menampilkan pengalaman pelanggan dan visual yang mendukung.

Footer berisi link navigasi ke halaman "*Home*" dan "*Product*," serta ringkasan singkat tentang perusahaan. Informasi kontak yang jelas, seperti alamat *email*, nomor telepon, dan tautan media sosial Instagram, juga tersedia di bagian ini. Dengan penyusunan elemen-elemen tersebut secara efektif, pengunjung dapat dengan mudah memperoleh informasi penting dan arahan untuk langkah selanjutnya.

c. Pembuatan Page Shop

1. Menambahkan produk ke dalam sistem Odoo

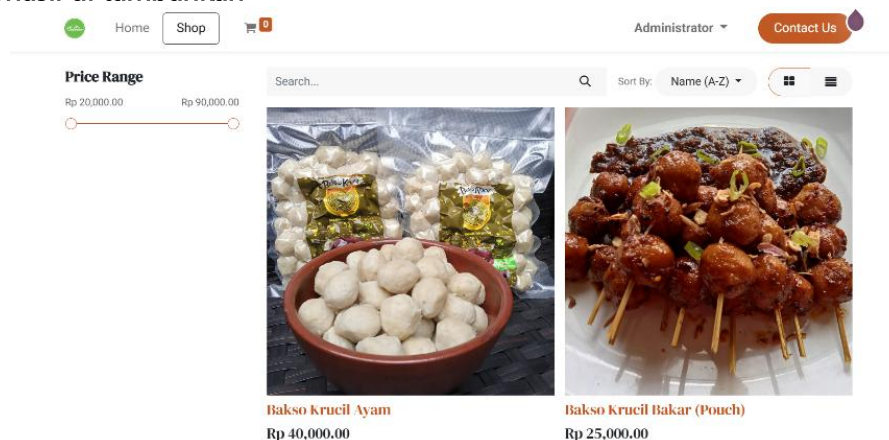


Gambar 5. Tampilan tambah produk

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

Untuk menambahkan produk baru, pengguna dapat memilih opsi di menu *eCommerce*, kemudian mengklik bagian "*Product*" yang akan mengarahkan ke halaman produk. Di halaman ini, pengguna diminta untuk mengisi informasi terkait produk, seperti nama produk, deskripsi, gambar, harga, dan atribut lainnya yang relevan. Setelah semua detail produk diisi, pengguna dapat menyimpan produk dengan mengklik tombol "Simpan" atau "Tambahkan." Dengan demikian, produk baru akan berhasil ditambahkan ke dalam sistem Odoo dan siap ditampilkan di situs web untuk dilihat dan dibeli pengunjung.

2. Produk berhasil di tambahkan



Gambar 6. Tampilan Page Shop

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024

Proses penambahan produk ke dalam *website* merupakan langkah penting dalam tahap pengembangan. Setelah produk berhasil ditambahkan, pengguna dapat mengaksesnya melalui halaman *shop*. Tampilan halaman *shop* setelah penambahan produk dapat dilihat pada Gambar 8. Fitur ini memungkinkan pengunjung untuk menjelajahi dan melakukan pembelian produk yang tersedia, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan interaksi dan pengalaman pengguna dalam kegiatan belanja *online*. Oleh karena itu, penambahan produk menjadi langkah penting dalam pembuatan *website* agar berfungsi secara optimal.

PEMBAHASAN

Pengembangan sistem *website* dengan memanfaatkan Enterprise Resource Planning (ERP) Odoo membuktikan fleksibilitas dan kemampuan platform ini dalam memenuhi berbagai kebutuhan bisnis. Odoo tidak hanya berfungsi sebagai alat manajemen operasional, tetapi juga sebagai platform yang memungkinkan integrasi berbagai modul bisnis dalam satu sistem terpadu. Hal ini menjadikannya solusi ideal bagi bisnis kecil hingga menengah (UMKM) yang ingin memperkuat kehadiran digital dan meningkatkan efisiensi operasional mereka. Odoo menyediakan modul pengelolaan *website* yang dirancang untuk mendukung berbagai kebutuhan bisnis, termasuk manajemen konten, produk, dan interaksi pengguna. Modul ini memungkinkan administrator untuk mengelola elemen-elemen inti *website* seperti desain, produk, dan informasi perusahaan tanpa memerlukan pengetahuan teknis yang mendalam. Dengan antarmuka yang intuitif, administrator dapat menambahkan, mengedit, atau menghapus produk dan konten lainnya dengan mudah. Misalnya, proses penambahan produk dalam katalog *online* dilakukan melalui modul *website* yang efisien, memungkinkan setiap produk dilengkapi dengan deskripsi, gambar, dan harga secara terorganisasi. Modul *website* juga mendukung integrasi fungsi lainnya, seperti pengelolaan inventaris, pemasaran, dan penjualan. Hal ini memastikan bahwa setiap elemen operasional bisnis saling terhubung dalam satu sistem, sehingga memudahkan pemantauan dan pengelolaan. Dengan fitur-fitur seperti itu, Odoo memberikan solusi yang lengkap bagi bisnis untuk menciptakan *website* yang fungsional sekaligus menarik secara visual.

Diagram use case dalam sistem Odoo sering kali menggambarkan interaksi antara dua aktor utama, yaitu administrator dan pelanggan. Administrator memiliki peran utama dalam pengelolaan *website*, sementara pelanggan adalah pengguna akhir yang berinteraksi dengan sistem melalui antarmuka *website*. Salah satu elemen kunci dalam diagram ini adalah proses autentikasi. Autentikasi berfungsi sebagai pintu masuk utama ke sistem, memastikan bahwa hanya pengguna yang memiliki otorisasi yang dapat mengakses fitur tertentu. Keamanan autentikasi sangat penting dalam lingkungan digital, terutama untuk melindungi data pengguna dan transaksi online. Selain keamanan, proses login memberikan manfaat tambahan, seperti kemampuan untuk mempersonalisasi pengalaman pengguna.

Salah satu fitur unggulan dalam modul *website* Odoo adalah ketersediaan berbagai tema yang dapat disesuaikan dengan identitas merek bisnis. Bisnis dapat memilih tema yang sesuai dan mengubah elemen desain seperti warna, tata letak, dan font untuk menciptakan pengalaman visual yang konsisten. Fitur ini sangat penting bagi UMKM yang sering kali memiliki anggaran terbatas untuk pengembangan *website custom*. Dengan memilih tema yang sudah tersedia, bisnis dapat menciptakan *website* yang profesional tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk desain dari nol. Pengembangan halaman-halaman penting seperti home dan shop menjadi lebih mudah dengan Odoo. Halaman-halaman ini memainkan peran kunci dalam memberikan kesan pertama kepada pengunjung. Di halaman *home*, bisnis dapat menampilkan informasi penting seperti promosi terbaru,

testimoni pelanggan, dan tautan cepat ke produk unggulan. Sementara itu, halaman *shop* berfungsi sebagai katalog *digital* yang menampilkan produk dengan gambar, deskripsi, dan harga yang terorganisasi dengan baik.

Pada tahap awal pengembangan *website*, wawancara dengan pemilik bisnis dan pihak terkait dilakukan untuk memahami kebutuhan dan preferensi mereka. Diskusi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari tema visual hingga elemen-elemen penting yang perlu ditampilkan di *website*. Salah satu fokus utama adalah pemilihan warna yang mencerminkan identitas bisnis. Warna dipilih untuk menciptakan daya tarik visual sekaligus memperkuat citra profesional bisnis di mata pelanggan. Selain warna, wawancara juga mencakup elemen-elemen tambahan seperti informasi perusahaan, *blog* atau berita, testimoni pelanggan, dan galeri dokumentasi. Elemen-elemen ini berperan penting dalam membangun kepercayaan pelanggan dan memperkuat reputasi bisnis. Misalnya, informasi perusahaan memberikan gambaran tentang sejarah, visi, misi, dan nilai-nilai inti bisnis, yang membantu menciptakan koneksi emosional dengan pengunjung. Testimoni pelanggan, di sisi lain, berfungsi sebagai bukti sosial yang memperkuat kepercayaan pelanggan baru terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.

Dokumentasi visual adalah komponen penting dalam pengembangan *website*, terutama untuk bisnis yang mengandalkan tampilan visual untuk menarik perhatian *audiens*. Dokumentasi ini mencakup foto produk berkualitas tinggi, gambar dari acara perusahaan, atau aktivitas yang relevan dengan layanan yang ditawarkan. Visual yang menarik tidak hanya meningkatkan estetika *website* tetapi juga membantu pengunjung memahami bisnis dengan lebih baik. Misalnya, gambar produk dengan resolusi tinggi memungkinkan pelanggan untuk melihat detail produk sebelum membuat keputusan pembelian. Dalam wawancara awal, permintaan dokumentasi visual sering kali menjadi salah satu poin utama. Dokumentasi ini kemudian digunakan untuk memperkaya halaman seperti galeri, katalog produk, atau bahkan bagian blog. Dokumentasi yang baik menciptakan pengalaman pengguna yang lebih imersif, sehingga meningkatkan peluang konversi dan kepuasan pelanggan.

Setelah pengembangan *website* selesai, langkah penting berikutnya adalah pengujian sistem untuk memastikan semua fitur berfungsi dengan baik. Proses pengujian mencakup beberapa aspek utama, seperti:

1. **Fungsi Login dan Autentikasi:** Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa sistem autentikasi aman dan mudah diakses oleh pengguna yang berwenang. Misalnya, administrator harus dapat masuk ke sistem dengan lancar untuk mengelola konten, sementara pelanggan hanya dapat mengakses fitur-fitur yang relevan dengan mereka.
2. **Pengelolaan Produk:** Pengujian mencakup fungsi-fungsi seperti penambahan, penghapusan, dan pengeditan produk. Proses ini memastikan bahwa administrator dapat memperbarui katalog *online* dengan mudah, termasuk mengunggah gambar baru atau mengubah deskripsi produk.
3. **Navigasi Halaman:** Aspek ini mengevaluasi kelancaran navigasi antara halaman-halaman utama, seperti *home*, *shop*, dan halaman kontak. Navigasi yang intuitif sangat penting untuk menciptakan pengalaman pengguna yang positif.
4. **Tampilan Visual:** Pengujian terakhir berfokus pada evaluasi tema dan tata letak, termasuk konsistensi warna dan estetika secara keseluruhan. Hal ini memastikan bahwa desain yang dihasilkan sesuai dengan rencana awal dan mencerminkan identitas merek bisnis.

Penggunaan Odoo sebagai platform ERP memberikan berbagai manfaat bagi UMKM, termasuk pengurangan biaya operasional dan peningkatan efisiensi. Dengan integrasi modul-modul seperti pengelolaan *website*, inventaris, dan pemasaran, bisnis dapat menghemat waktu dan sumber daya yang biasanya diperlukan untuk mengelola berbagai sistem terpisah. Selain itu, fitur-fitur personalisasi dalam modul website membantu bisnis menciptakan pengalaman yang lebih relevan bagi pelanggan mereka, meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan. Kemampuan Odoo untuk

menyesuaikan kebutuhan bisnis menjadikannya solusi yang serbaguna. Bisnis kecil hingga menengah dapat memulai dengan modul dasar dan menambahkan modul lainnya seiring dengan pertumbuhan mereka. Fleksibilitas ini memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan kebutuhan bisnis tanpa harus berinvestasi dalam sistem yang benar-benar baru.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa implementasi modul *Website* pada sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) Odoo adalah solusi yang sangat efektif untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan pengelolaan informasi di Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), khususnya pada kasus Bakso Krucil Tukuwo. Dalam era digital yang terus berkembang, kebutuhan akan sistem yang dapat mengintegrasikan berbagai fungsi operasional menjadi semakin penting. Modul *Website* pada Odoo memberikan jawaban atas tantangan-tantangan tersebut dengan menawarkan berbagai fitur dan kemampuan yang secara langsung mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis UMKM. Salah satu temuan penting dari penelitian ini adalah bagaimana modul *Website* Odoo mampu meningkatkan efisiensi dalam kegiatan pemasaran. Dengan integrasi yang mulus antara fitur pengelolaan konten dan produk, UMKM seperti Bakso Krucil Tukuwo dapat memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produk secara lebih efektif. Modul ini menawarkan fleksibilitas dalam pengelolaan toko daring, termasuk kemudahan dalam memilih tema, merancang halaman utama, dan menampilkan produk dengan cara yang menarik. Fleksibilitas ini sangat penting bagi UMKM yang mungkin tidak memiliki keahlian teknis tinggi, tetapi tetap membutuhkan sistem yang mampu memberikan hasil profesional. Kemampuan untuk menampilkan produk dengan deskripsi yang jelas, gambar yang menarik, dan informasi harga yang transparan membantu menarik perhatian pelanggan. Dengan demikian, modul *Website* ini tidak hanya menjadi alat pemasaran tetapi juga menjadi strategi untuk memperkuat posisi kompetitif UMKM dalam pasar digital yang kompetitif.

Selain meningkatkan pemasaran, sistem ini juga memberikan kemudahan dalam pengelolaan informasi. Melalui pendekatan yang sistematis dan terintegrasi, modul *Website* Odoo mampu menyatukan berbagai data penting seperti informasi produk, stok, dan pesanan pelanggan ke dalam satu platform. Hal ini sangat membantu UMKM dalam mengelola data dengan lebih efisien, mengurangi kesalahan manual, dan memastikan bahwa semua informasi yang relevan selalu tersedia dalam waktu nyata. Metode *Rapid Application Development* (RAD) yang digunakan dalam pengembangan sistem ini juga menunjukkan hasil yang signifikan. Pendekatan iteratif yang menempatkan kebutuhan pengguna sebagai fokus utama memungkinkan sistem untuk dikembangkan secara cepat namun tetap mampu memenuhi ekspektasi pengguna. Dalam konteks Bakso Krucil Tukuwo, proses ini memastikan bahwa modul yang diimplementasikan benar-benar relevan dengan kebutuhan bisnis mereka, mulai dari pengelolaan katalog produk hingga tema yang disesuaikan.

Keberhasilan implementasi ini juga tidak terlepas dari fitur-fitur yang intuitif dan ramah pengguna. Administrator situs web dapat dengan mudah mengelola produk, menambahkan deskripsi, memperbarui harga, atau menampilkan promosi tanpa memerlukan keahlian teknis yang mendalam. Hal ini sangat penting untuk UMKM yang sering kali memiliki keterbatasan sumber daya manusia, baik dalam jumlah maupun keahlian. Kemampuan untuk menyesuaikan tampilan situs web juga menjadi keunggulan tersendiri. Dengan opsi tema yang beragam dan alat desain yang mudah digunakan, UMKM dapat menciptakan situs web yang sesuai dengan identitas merek mereka. Tampilan yang menarik dan profesional tidak hanya membantu menarik pelanggan baru tetapi juga meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis mereka.

Salah satu tujuan utama dari digitalisasi UMKM adalah memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan adanya modul *Website* Odoo, Bakso Krucil Tukuwo kini memiliki peluang untuk menjangkau

pelanggan di luar area lokal mereka. *Platform* ini memungkinkan mereka untuk menjual produk secara daring, baik melalui situs web resmi maupun integrasi dengan platform *e-commerce* lainnya. Peluang ini menjadi semakin penting dalam era di mana perilaku konsumen telah bergeser ke arah belanja daring. Dengan memiliki sistem yang mendukung penjualan secara digital, UMKM dapat bersaing di pasar yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar untuk membuka cabang fisik baru. Selain itu, pengalaman pelanggan yang ditingkatkan melalui fitur-fitur seperti pelacakan pesanan dan pengingat pembelian dapat membantu meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, terutama di era *digital*, daya saing menjadi faktor kunci untuk kelangsungan bisnis. Implementasi modul *Website* Odoo memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM seperti Bakso Krucil Tukuwo. Sistem ini tidak hanya membantu mereka untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi tetapi juga memberikan fondasi yang kuat untuk pertumbuhan bisnis di masa depan. Integrasi berbagai fungsi operasional dalam satu platform memungkinkan UMKM untuk menghemat waktu dan biaya, yang pada akhirnya dapat dialokasikan untuk aspek lain seperti pengembangan produk atau strategi pemasaran. Dengan sistem yang terorganisir, UMKM juga dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja, sehingga mereka mampu memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya transformasi digital bagi UMKM di Indonesia. Sebagai salah satu sektor ekonomi yang paling banyak menyerap tenaga kerja, UMKM memiliki peran yang sangat vital dalam perekonomian nasional. Namun, banyak dari mereka yang masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi *digital*. Implementasi modul Website Odoo menjadi salah satu contoh nyata bagaimana teknologi dapat membantu UMKM mengatasi tantangan tersebut. Sistem yang dirancang dengan metode RAD ini memberikan solusi yang cepat, efektif, dan relevan dengan kebutuhan UMKM. Dengan mengadopsi teknologi ini, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan ekspansi bisnis. Hal ini pada akhirnya akan memberikan dampak positif bagi ekonomi secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi modul *Website* pada sistem ERP Odoo adalah langkah strategis untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan pengelolaan informasi pada UMKM, khususnya di sektor makanan seperti Bakso Krucil Tukuwo. Dengan fitur-fitur yang intuitif, fleksibel, dan terintegrasi, sistem ini mampu memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM dalam hal pemasaran, pengelolaan data, dan pelayanan pelanggan. Selain itu, sistem ini juga mendukung transformasi digital UMKM, membantu mereka untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Dengan keberhasilan implementasi ini, diharapkan UMKM lainnya dapat mengambil pelajaran dan mengikuti jejak yang sama dalam mengadopsi teknologi digital. Dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, penyedia teknologi, dan akademisi, juga diperlukan untuk memastikan bahwa transformasi digital UMKM dapat berlangsung secara luas dan berkelanjutan. Modul Website Odoo menjadi salah satu contoh nyata bagaimana teknologi dapat menjadi alat pemberdayaan bagi UMKM untuk meraih kesuksesan di era digital.

REFERENSI

- Afrananta, G., Rumanti, A. A., & Ramadani, L. (2024). Metris Jurnal Sains dan Teknologi Perancangan Sistem Erp Modul Point of Sale Berbasis Odoo Pada Banyuwangi Festival Dengan Metode Rapid Application Development. In *Jurnal Sains dan Teknologi* (Vol. 25). <https://doi.org/10.25170/metris>
- Annisa Wahdiniawati, S., Yanto Rukmana, A., Fajrillah Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah Sumatera Utara, F. I., & Setiady Pasaribu, J. (2023). *ENTERPRISE INFORMATION SYSTEM*. <https://www.researchgate.net/publication/372658600>
- Aziza, S., & Rahayu, G. H. N. N. (2019). Implementasi Sistem Enterprise Resource Planning Berbasis

- Odoo Modul Sales dengan Metode RAD Pada PT XYZ. *Journal Industrial Servicess*, 5(1). <https://dx.doi.org/10.36055/jiiss.v5i1.6503>
- Cantika Setiani, C., & Abdillah, L. (2023). *Implementasi Sistem ERP Menggunakan Odoo Modul Point Of Sales pada UMKM Sambel Korek DNO* (Vol. 9, Issue 2).
- Giovindaraju, R., & Gondodiwiejo, L. (2008). Studi Mengenai ERP System Adoption Berbasis Technology Acceptance Model. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 7.
- Gustika, S., Karona., & Susena, C. (n.d.). *SEMINAR NASIONAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI (SN-EMBA) KE-1 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DEHAZEN UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA*.
- Novitasari, D., Witjaksono, R. W., & Saputra, M. (2023). Perancangan Sistem Smart UKM Untuk Proses Bisnis Akuntansi Berbasis Enterprise Resource Planning (ERP) Menggunakan Metode Accelerated SAP (ASAP). *Maret*, 8(3). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i3.11508>
- Nur Arafah, N., Paramitha Tanujaya, P., Pramita, N., Astuti, D., Tan, C., Nurul Hasana, E., Cuandra, F., & Zai, I. (2022). Analisis Sistem Rantai Pasok dan Sistem ERP PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5(3), 176–188. <https://doi.org/10.32493/drbb.v5i3.20251>
- Octavian Pradana, F., & Sutisna, E. (2022). *OKTAL: Jurnal Ilmu Komputer dan Science Perancangan Sistem Informasi Penjualan pada One Mebel Menggunakan Metode Rapid Application Development (RAD) Berbasis Web*. 1(10).
- Supriyono, S., & Sutiah, S. (2020, January 29). *Improvement of Project Management Using Accelerated SAP Method in the Odoo ERP*. <http://dx.doi.org/10.4108/eai.3-8-2019.2290729>
- Susanto, A. (2008). *Sistem Informasi Akuntansi*.
- Swastha, D. B., & Handoko, H. (2011). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen* (1st ed., pp. 125–127). Yogyakarta Liberty 1987.
- Wayan Duti Ariani, N., & Ayu Suresmiathi, A. D. (n.d.). *E-Jurnal EP Unud*, 2 [2]: 102-107 Pengaruh Kualitas Tenaga Kerja, Bantuan Modal Usaha dan Teknologi Terhadap Produktivitas Kerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Jimbaran. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/4306/3424>
- Widodo, S., & Sarah, S. (n.d.). *Planning and Implementation of Odoo ERP Human Resource Application Module Using Accelerated SAP (ASAP) Method in Heavy Equipment Rental Company*. <https://doi.org/10.55324/ijoms.v1i11.216>
- Wijaya, F. S., & Darudiato, S. (2009). *ERP (Enterprise Resource Planning) & Solusi Bisnis* (1st ed.). Graha Ilmu.