



Implementasi *Enterprise Resource Planning* Odoo dalam Optimalisasi Proses Bisnis PT XYZ

Vol. 1, No. 1, 2023 (Hal. 50-61)
<https://journal.upy.ac.id/index.php/qrobss>
<https://doi.org/10.31316/crobss.v1i1.5574>

Laila Nur Auliani

Fakultas Bisnis, Universitas PGRI Yogyakarta, Jl. PGRI I. No, 117. Bantul. Yogyakarta

Corresponding Author: laila.aulia17@gmail.com

Received: November 2023
Revised: November 2023
Accepted: November 2023
Online: November 2023

Keywords:
Enterprise Resource Planning (ERP)
Odoo
Sales

ABSTRACT

Enterprise Resource Planning (ERP) is an integral system that helps companies integrate and manage various aspects of their operations. PT XYZ In an effort to improve operational efficiency and customer service, PT XYZ decided to adopt the Odoo Sales Module, open and integrated ERP software. This research uses a qualitative method with a case study approach. PT XYZ Interviews with mentors from PT Ctech ERP Indonesia and internal data analysis of PT XYZ The analysis results show that the implementation of the Odoo Sales Module has the potential to increase the efficiency of the sales process, saving time and resources. Visibility and control over customer data increases, enabling companies to provide better service to customers. Automation of sales tasks and integration between departments can improve operational coordination. Even though PT XYZ has strengths, such as a broad product portfolio and a strong customer base, several weaknesses and challenges still need to be overcome. Growth opportunities can be seen from the E-Commerce market which continues to grow. The threat of intense competition, regulatory changes and data security risks remain relevant.

1. Pendahuluan

ERP (*Enterprise Resource Planning*) adalah sebuah perangkat lunak atau sistem yang dirancang untuk membantu perusahaan mengintegrasikan dan mengelola berbagai aspek operasional mereka, seperti keuangan, sumber daya manusia, produksi, dan penjualan, menjadi satu platform yang terintegrasi. Sistem Perencanaan Sumber Daya Perusahaan (ERP) adalah aplikasi inti yang digunakan oleh perusahaan untuk menyatukan data dari seluruh aspek bisnis mereka, dengan tujuan merencanakan dan mengelola semua sumber daya perusahaan agar setiap bagian bisnis dalam organisasi dapat beroperasi secara efisien (Ramadhan, H., & Zailani, A. U., 2023). *Enterprise Resource Planning* (ERP) adalah konsolidasi dari semua sistem informasi yang mencakup berbagai proses di dalam perusahaan (Wahdiniawati, S. A., et. al., 2023). Pemanfaatan sistem ERP diharapkan mampu mengurangi pengeluaran dengan meningkatkan efisiensi melalui otomatisasi, menyediakan informasi yang akurat dan terkini untuk mendukung pengambilan keputusan, meningkatkan komunikasi dengan pelanggan dan pemasok, serta meningkatkan kontrol bisnis (Alienta, A., et. al., 2023).

Odoo adalah salah satu perangkat lunak ERP yang populer dan terbuka, menawarkan berbagai modul yang dapat disesuaikan sesuai kebutuhan perusahaan. Odoo adalah perangkat lunak manajemen serba ada yang paling sederhana di dunia. Ini mencakup berbagai aplikasi bisnis yang terpadu, seperti CRM, Akuntansi, Inventaris, Pemasaran, *E-Commerce*, Manajemen Proyek, SDM, MRP, dan lainnya. Keunggulan unik Odoo terletak pada kemampuannya untuk digunakan dengan mudah dan memiliki integrasi yang komprehensif secara bersamaan (Alkhalil, 2016; Aziza, S., & Rahayu, G. H. N. N., 2019).

Salah satu modulnya adalah Modul *Sales*, yang berfokus pada manajemen penjualan dan pemasaran. Modul *Sales* Odoo adalah alat yang kuat untuk mengelola semua aspek penjualan

perusahaan, mulai dari mengelola pelanggan dan prospek, mengelola penawaran harga, hingga mengotomatisasi proses penjualan dan melacak kinerja penjualan. Modul ini membantu perusahaan meningkatkan produktivitas tim penjualan dan meningkatkan layanan pelanggan. Modul Manajemen Penjualan fokus pada penerapan strategi penjualan yang dapat merespons perubahan dalam pasar. Tujuan utamanya adalah menciptakan kerangka data yang dapat merekam, menganalisis, dan mengelola aktivitas dengan tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan serta menghasilkan laba yang signifikan dalam periode akuntansi mendatang (Aziza, S., & Rahayu, G. H. N. N., 2019). Odoo berjalan sebagai aplikasi berbasis web yang dapat diakses dari berbagai perangkat dengan koneksi internet. Perusahaan biasanya menginstal Odoo di server internal atau hosting yang aman. Pengguna dapat mengakses Odoo melalui peramban web, dan modul-modul yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dapat diaktifkan atau dinonaktifkan. Odoo juga memiliki fitur-fitur integrasi dengan sistem lain, seperti integrasi dengan sistem akuntansi, manajemen persediaan, dan lainnya.

PT XYZ merupakan perusahaan yang beroperasi di sektor manufaktur perakitan komputer atau menjadi tempat perakitan *sparepart* pc yang nantinya akan didistribusikan kepada pelanggan yang melakukan pembelian, selain itu PT XYZ telah menjadi salah satu pelaku utama di pasar penjualan produk melalui platform *E-Commerce*. Perakitan komputer dilakukan di dalam internal dan proses perakitan akan menghasilkan sebuah komponen PC sesuai dengan permintaan. Keberhasilan PT XYZ dalam meraih pasar konsumen dapat dilihat dari pertumbuhan pesat basis pelanggan mereka dan reputasi yang semakin kuat dalam industri manufaktur. PT XYZ dikenal dalam bidang pengadaan komputer dan suku cadangnya karena menyediakan beragam produk berkualitas tinggi dengan harga kompetitif. Mereka juga memiliki jaringan pemasok yang kuat dan kerja sama dengan merek-merek terkenal untuk memenuhi kebutuhan konsumen mereka. Produk-produk mereka dapat dengan mudah diakses melalui platform online yang ramah pengguna, yang memungkinkan pelanggan untuk menjelajahi dan membeli produk dengan mudah.

Meskipun PT XYZ telah mencapai kesuksesan yang signifikan, seperti kebanyakan perusahaan, mereka juga menghadapi sejumlah tantangan dalam menjalankan operasi sehari-hari mereka. Salah satu kendala utama adalah proses penjualan yang masih terlalu manual. Tim penjualan harus mengelola pesanan dan komunikasi dengan pelanggan secara terpisah, yang memerlukan waktu dan sumber daya yang signifikan. Selain itu, sistem pencatatan dan pelacakan pelanggan yang digunakan oleh PT XYZ saat ini juga kurang efisien. Hal ini mengakibatkan kesulitan dalam melacak riwayat pembelian pelanggan, preferensi, dan kebutuhan mereka. Kurangnya integrasi antara departemen penjualan dan manajemen persediaan juga menyebabkan masalah dalam mengelola inventaris produk. PT XYZ sebagai sebuah perusahaan manufaktur sangat sadar akan pentingnya mengembangkan diri dan menjaga daya saingnya yang senantiasa berubah dan dinamis. Perusahaan telah mengambil langkah untuk melakukan perubahan dan transformasi yang signifikan untuk mencapai tujuan tersebut. Salah satu langkah kunci dalam upaya ini adalah mengimplementasikan Modul *Sales* dari Odoo sebagai solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Analisis SWOT yang dilakukan pada PT XYZ mengungkapkan beberapa aspek penting dalam konteks industri manufaktur mereka. Kekuatan perusahaan tersebut diantaranya adalah

portofolio produk yang luas yang mereka miliki, yang memungkinkan mereka untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan. Selain itu, perusahaan juga memiliki basis pelanggan yang kuat yang dapat menjadi landasan untuk pertumbuhan lebih lanjut. Pengalaman yang dimiliki di dalam industri *E-Commerce* juga menjadi aset berharga dalam memahami kebutuhan pelanggan dan mengikuti tren pasar.

PT XYZ sebagai perusahaan manufaktur juga menghadapi sejumlah kelemahan yang perlu diatasi. Proses penjualan yang masih manual telah menjadi hambatan dalam meningkatkan efisiensi operasional mereka. Selain itu, sistem pencatatan dan pelacakan yang kurang efisien menghambat pemantauan yang akurat dan laporan yang tepat waktu. Kurangnya integrasi antara departemen-departemen dalam perusahaan juga telah menjadi kendala dalam mengalirkan informasi secara efisien. Sementara itu, di tengah tantangan dan kendala tersebut, PT XYZ juga telah mengidentifikasi sejumlah peluang yang dapat mereka manfaatkan untuk pertumbuhan. Pasar *E-Commerce* yang terus berkembang, dengan permintaan konsumen yang semakin beragam, memberikan peluang signifikan bagi perusahaan. Personalisasi produk dan peningkatan efisiensi operasional adalah bidang-bidang potensial yang dapat memberikan keunggulan bersaing. Ancaman, bagaimanapun, tetap ada dalam bentuk persaingan yang ketat, perubahan regulasi dan pajak yang dapat mempengaruhi biaya operasional, serta risiko keamanan dan privasi data yang dapat memengaruhi reputasi dan kepercayaan pelanggan.

Keputusan untuk mengadopsi Modul *Sales Odoo* merupakan respons terhadap fokus PT XYZ dalam menjalankan bisnis mereka melalui platform *E-Commerce*. Modul *Sales Odoo* dianggap sebagai solusi yang tepat untuk membantu perusahaan manufaktur ini mengelola berbagai aspek penjualan mereka. Hal ini termasuk manajemen pelanggan, prospek, pesanan penjualan, dan penawaran harga. Salah satu keunggulan utama dari Modul *Sales Odoo* adalah kemampuannya untuk mengotomatisasi sebagian besar tugas-tugas penjualan, seperti pengiriman pemberitahuan kepada pelanggan dan penyediaan laporan kinerja penjualan yang akurat.

Implementasi Modul *Sales Odoo* di PT XYZ memiliki potensi untuk menghasilkan sejumlah dampak positif yang signifikan. Pertama-tama, ini akan meningkatkan efisiensi proses penjualan perusahaan, yang pada gilirannya akan menghemat waktu dan sumber daya yang diperlukan untuk menjalankan operasi penjualan. Selain itu, Modul *Sales Odoo* akan meningkatkan visibilitas dan kontrol atas data pelanggan dan pesanan, memungkinkan PT XYZ untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan, dengan otomatisasi tugas-tugas rutin, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya mereka dengan lebih efektif. Selain itu, kemampuan untuk menganalisis kinerja penjualan dan mengambil keputusan berdasarkan data yang akurat akan membantu perusahaan beradaptasi dengan perubahan pasar. Terakhir, integrasi departemen penjualan dengan manajemen persediaan akan meningkatkan koordinasi antar departemen dan memungkinkan perusahaan untuk mengelola persediaan mereka dengan lebih efisien.

Langkah-langkah ini akan membantu PT XYZ dalam memperkuat posisinya yang kompetitif sambil meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan. Implementasi Modul *Sales Odoo* merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar yang terus berubah ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini meliputi cara mengatasi tantangan dan kendala dalam mengotomatisasi proses penjualan yang saat ini masih bersifat manual, dampak implementasi Modul *Sales Odoo* di PT XYZ untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pelayanan kepada pelanggan, dan cara meningkatkan efisiensi integrasi antara departemen penjualan dan manajemen persediaan di PT XYZ dengan mengadopsi sistem ERP, khususnya Modul *Sales Odoo*.

Adapun tujuan penelitian yang akan dicapai berdasarkan rumusan masalah tersebut adalah untuk menganalisis strategi yang dapat digunakan untuk mengatasi tantangan dalam mengotomatisasi proses penjualan yang masih bersifat manual di PT XYZ dengan menggunakan Modul *Sales Odoo*. Penelitian ini akan fokus pada identifikasi kendala dan hambatan yang mungkin timbul selama implementasi serta mengusulkan solusi yang efektif untuk mengatasi masalah tersebut, selanjutnya untuk mengidentifikasi dampak implementasi Modul *Sales Odoo* di PT XYZ terhadap peningkatan efisiensi operasional perusahaan dan peningkatan pelayanan kepada pelanggan. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana perubahan dalam proses penjualan dan manajemen data pelanggan berdampak pada efisiensi operasional serta bagaimana ini mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, serta menganalisis cara-cara untuk meningkatkan efisiensi integrasi antara departemen penjualan dan manajemen persediaan di PT XYZ melalui adopsi sistem ERP, terutama Modul *Sales Odoo*. Penelitian ini akan memeriksa sejauh mana integrasi antara departemen dapat ditingkatkan dan bagaimana perusahaan dapat mengoptimalkan proses internalnya untuk meningkatkan kerja sama antara departemen tersebut.

2. Metode

Pada Penelitian ini dilakukan dengan latar belakang PT XYZ, sebuah perusahaan manufaktur yang ingin meningkatkan efisiensi operasional dan pelayanan kepada pelanggan melalui implementasi Modul *Sales Odoo*. PT XYZ adalah subjek penelitian yang mewakili perusahaan manufaktur yang menghadapi tantangan dalam menjalankan operasional mereka. PT XYZ mengharapkan perubahan positif dalam proses penjualan dan manajemen data pelanggan. Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk mendalami menganalisis perubahan yang terjadi di PT XYZ setelah implementasi Modul *Sales Odoo*. Pendekatan studi kasus memungkinkan untuk menyelidiki kasus yang spesifik dan memahami dampak perubahan secara mendalam. Penelitian ini juga akan mencakup wawancara sebagai alat utama untuk mendapatkan pemahaman dari mentor yang berpengalaman dalam implementasi Odoo, yakni pemilik PT Ctech ERP Indonesia.

Data untuk penelitian ini akan diperoleh dari beberapa sumber. Wawancara dengan mentor dari PT Ctech ERP Indonesia akan menjadi sumber utama informasi mengenai implementasi Odoo. Selain itu, data internal PT XYZ, seperti dokumen implementasi, laporan kinerja, dan catatan operasional akan digunakan untuk menganalisis perubahan sebelum dan sesudah implementasi. Adapun proses pengumpulan data akan dimulai dengan wawancara mendalam dengan mentor dari PT Ctech ERP Indonesia. Wawancara ini akan mencakup pertanyaan terkait dengan pengalaman implementasi Odoo, perubahan yang diharapkan, serta tantangan yang muncul. Selanjutnya, data internal PT XYZ akan dianalisis untuk memahami

perubahan dalam proses penjualan dan manajemen data pelanggan. Observasi dan pemantauan langsung juga mungkin digunakan untuk mengamati perubahan dalam operasi sehari-hari. Data kualitatif yang diperoleh dari wawancara akan dianalisis menggunakan metode analisis isi (*content analysis*). Analisis ini akan mengidentifikasi pola, tema, dan temuan kunci dalam wawancara dengan mentor. Data internal PT XYZ akan dianalisis secara komparatif untuk mengevaluasi perubahan sebelum dan sesudah implementasi Modul Sales Odoo. Hasil analisis ini akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan mengevaluasi dampak implementasi Odoo pada efisiensi operasional dan pelayanan pelanggan di PT XYZ.

3. Hasil Penelitian

3.1. Analisis SWOT pada PT XYZ

Pada bagian ini, berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilaksanakan, maka diperoleh temuan penelitian yaitu belum ada penerapan implementasi Modul Sales Odoo di PT XYZ, dan dari data juga diketahui beberapa faktor dapat dianalisis melalui metode SWOT dan dapat dirumuskan sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis SWOT Pada PT XYZ

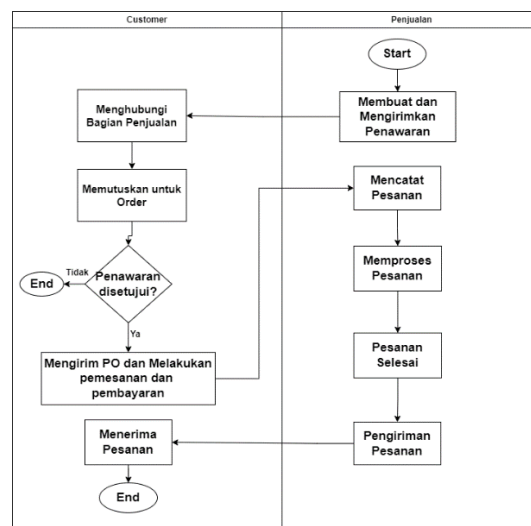
	<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
Internal	<ul style="list-style-type: none"> • Portofolio produk yang luas • Memiliki basis pelanggan yang kuat • Menghasilkan produk yang berkualitas, dan merespon dengan cepat permintaan pemesanan dari customer 	<ul style="list-style-type: none"> • Proses penjualan yang masih manual • Kurangnya integrasi antara departemen-departemen dalam perusahaan
Eksternal	<i>Oppurtunities</i>	<i>Threats</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • Pasar E-Commerce yang terus berkembang • Komputer menjadi kebutuhan utama dalam industri bisnis • Menjalin kerjasama dengan vendor untuk memperluas jangkauan layanan dan mencapai pelanggan baru • Memanfaatkan kemajuan teknologi dan personalisasi produk untuk meningkatkan efisiensi operasional 	<ul style="list-style-type: none"> • Banyak pesaing di bidang perakitan komputer, sehingga mungkin terjadi ancaman dari kompetitor yang memberikan inovasi yang lebih menguntungkan pasar • Kenaikan harga produk dari supplier • Munculnya sparepart baru dengan harga murah

Dari tabel di atas terlihat bahwa ada beberapa faktor yang menjadi kekuatan pada Perusahaan PT XYZ yaitu Portofolio produk yang luas, memiliki basis pelanggan yang kuat, menghasilkan produk yang berkualitas, dan merespon dengan cepat permintaan pemesanan dari customer. Kelemahan pada PT XYZ adalah proses penjualan yang masih manual dan kurangnya integrasi antara departemen-departemen dalam perusahaan. Peluang pada PT XYZ adalah pasar *E-Commerce* yang terus berkembang, komputer menjadi kebutuhan utama dalam industri bisnis, menjalin kerjasama dengan vendor untuk memperluas jangkauan layanan untuk mencapai pelanggan baru, memanfaatkan kemajuan teknologi dan personalisasi produk untuk meningkatkan efisiensi operasional. Ancaman bagi PT XYZ adalah banyak pesaing di bidang perakitan komputer, sehingga mungkin terjadi ancaman dari kompetitor yang memberikan inovasi yang lebih menguntungkan pasar, kenaikan harga produk dari *supplier*, serta munculnya *sparepart* baru dengan harga murah.

Dari analisis SWOT ini dapat diketahui bahwa kelemahan pada PT XYZ yaitu penjualan yang masih manual dapat di optimalisasi dengan mengimplementasi modul *sales* odoo. Modul *Sales* merupakan salah satu modul utama pada Odoo karena fungsi utama modul ini berfungsi untuk menangani transaksi penjualan, mulai dari membuat penawaran, melihat pesanan yang siap difakturkan, hingga melihat pesanan yang telah terkirim (Permatasari et al., 2020).

3.2. Implementasi Modul Sales Odoo Pada PT XYZ

Pada penelitian ini, pengembangan didasarkan pada keluhan pelanggan terkait layanan pembelian dan waktu pengiriman yang tidak sesuai. Keluhan tersebut mencakup kendala dalam mendapatkan informasi stok dari gudang, ketidakrapihan penyimpanan data pelanggan yang menghambat *follow-up* dan analisis historis penjualan, padahal proses sales dan procurement itu merupakan tulang punggung atau nilai utama dalam rantai nilai perusahaan. Proses bisnis dimulai dengan tim *sales & marketing* yang mempromosikan produk melalui berbagai media, termasuk website, brosur, spanduk, dan *email blast*. Penting untuk dicatat bahwa prosedur pengiriman penawaran hanya dilakukan atas permintaan calon pembeli dan belum menjadi standar yang ditetapkan. Selain itu, tidak ada persyaratan untuk mengirimkan PO sebelum melanjutkan transaksi lebih lanjut (Kurniawan et al., 2022). Pada kondisi di mana calon pembeli mengirimkan PO, admin memproses PO dan mencatat pembayaran yang diverifikasi oleh pemilik atau bagian keuangan. Selanjutnya, admin memeriksa stok di gudang, dan jika kurang atau tidak tersedia, proses pembelian perlu dilakukan. Jika stok mencukupi, bagian logistik mempersiapkan pengiriman, dan admin menyiapkan tagihan untuk dikirimkan kepada pembeli. Proses bisnis penjualan sebelum pengimplementasian odoo dapat diilustrasikan dalam gambar 1.

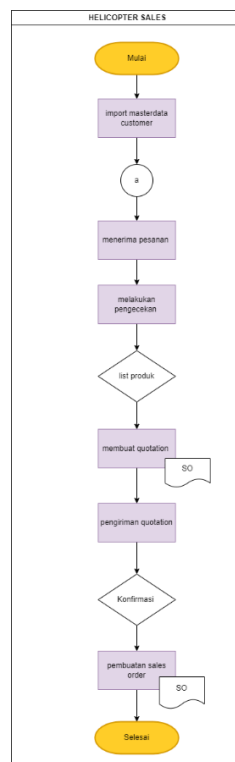


Gambar 1. Proses Bisnis Penjualan sebelum Implementasi Odoo

Kelemahan terbesar dari proses bisnis saat ini adalah kurangnya koordinasi antar departemen terkait, sehingga menyebabkan kurangnya keseragaman prosedur standar dan dokumentasi. Saat ini terdapat inkonsistensi di bagian penjualan dalam penyusunan surat penawaran. Selain itu, proses pembuatan *sales order* (SO) tidak dilakukan secara konsisten sehingga informasi pesanan harus disampaikan secara manual antar departemen sehingga meningkatkan risiko kesalahan pada saat pemesanan barang. Saat membeli, pembelian dibatasi pada periode tertentu, berapapun persediaannya, sehingga dapat meningkatkan risiko

kekurangan atau kelebihan pasokan produk. Meskipun gudang mengelola inventaris masuk dan keluar, informasi tidak dikomunikasikan secara konsisten ke departemen lain, sehingga mengakibatkan kurangnya visibilitas inventaris di seluruh perusahaan. Mengonfirmasi pesanan untuk pelanggan menimbulkan risiko tambahan ketika stok produk sedikit, yang dapat menyebabkan klaim dan kerugian (Widayanti, 2018). Oleh karena itu, diperlukan sistem yang dapat menghubungkan departemen, menyimpan data historis transaksi, dan meningkatkan kinerja keseluruhan perusahaan. Pemilik perusahaan mengusulkan implementasi sistem ERP untuk meningkatkan pengendalian proses bisnis internal dan eksternal, diharapkan dapat meningkatkan kontrol dan mengatasi kendala koordinasi antar departemen yang disebabkan oleh keterbatasan penyediaan informasi yang cepat, akurat, dan tepat waktu. Sistem ERP yang cocok digunakan sebagai solusi dari permasalahan ini adalah modul *sales* pada Odoo.

Modul *Sales* pada Odoo merupakan sebuah modul yang digunakan untuk mengurus proses penjualan dalam perusahaan, sehingga dengan adanya implementasi modul Odoo *Sales*, pengguna dapat melakukan pengelolaan proses penjualan dalam perusahaan secara kompleks, melakukan proses penjualan pesanan, melakukan kegiatan dengan cukup memantau Odoo tanpa harus terjun langsung ke lapangan. Berikut ini merupakan *flowchart helicopter view* dari modul *Sales* pada PT. XYZ :



Gambar 2. *Helicopter View Modul Sales*

Helicopter view modul *sales* di atas terlihat bahwa dengan mengimplemetasikan Odoo maka tahapan dalam penjualan dapat lebih simpel, mudah, dan terstruktur. Menerima pesanan, melakukan pengecekan, membuat *quotation*, mengirim *quotation* dan pembuatan *sales order* lebih mudah dilakukan serta dipantau. Namun, untuk dapat menggunakan odoo secara maksimal maka diperlukan tahapan yang harus dilakukan untuk menyesuaikan modul *sales*

seperti yang diinginkan. Tahapan-tahapan/alur dalam penyesuaian modul *sales* odoo dapat dilihat sebagai berikut:

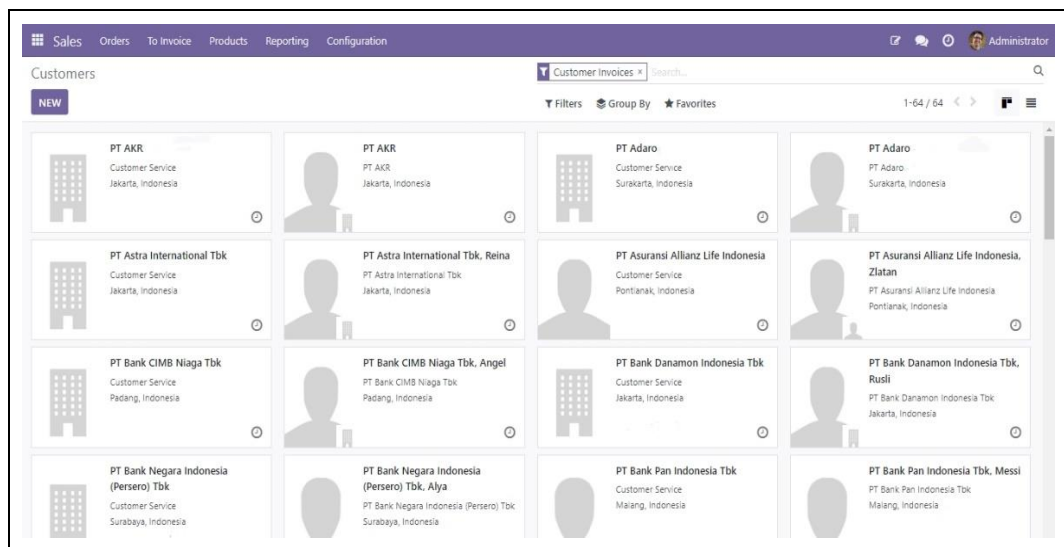
Tabel 2. Business Flow List

No	Name	Description
01	<i>Import Master Data Customer</i>	Melakukan proses <i>input masterdata</i> dari <i>list customer</i> PT XYZ sebelumnya
02	<i>Category Product</i>	Proses penambahan product
03	<i>Quotation</i>	Membuat <i>quotation</i> dari pesanan para <i>customer</i> .
04	<i>Sales Orders</i>	Membuat <i>sales order</i> dari <i>quotation</i> yang telah dikonfirmasi oleh <i>manager sales</i> .
05	<i>Invoicing</i>	Proses penginputan hasil invoice setelah pelaporan
06	<i>Reporting Sales</i>	Menganalisis <i>report sales</i>

Coverage modul *sales* Odoo dalam *future process model* ini adalah sebagai berikut :

1. Master Data Customer

Master Data Customer adalah kumpulan informasi yang menampilkan beberapa data customer. Data Customer sebagai partner perusahaan berisikan informasi berupa nama individu atau perusahaan, alamat, contact person, dll. Sehingga nantinya dapat digunakan dalam proses bisnis yang berlangsung pada perusahaan.



Gambar 3. Tampilan Data Customer

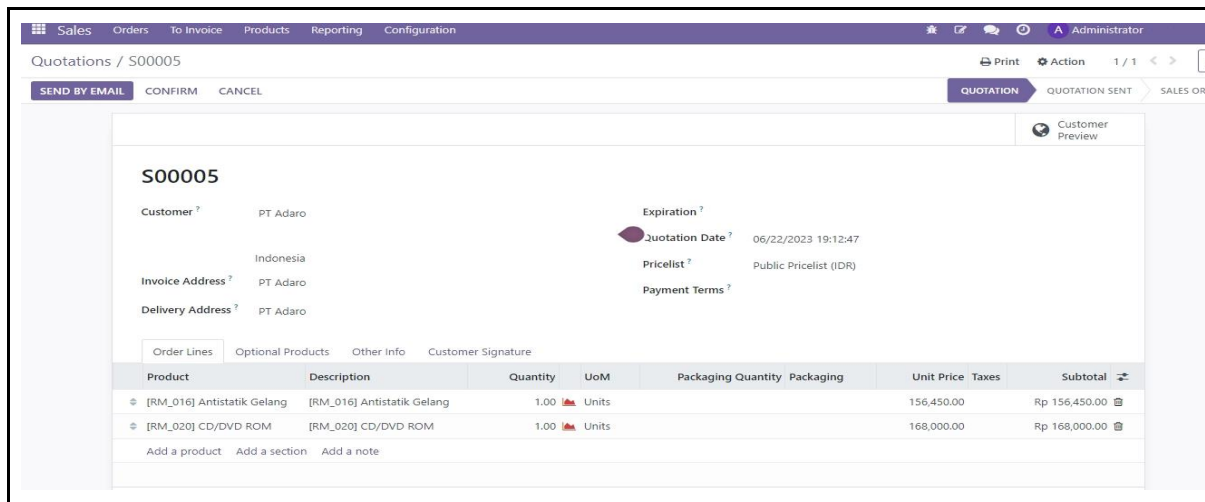
2. Category Product

Category Product adalah fitur yang dirancang untuk membantu pengguna dalam mengorganisir dan mengelompokkan produk dalam sistem, sehingga dengan menggunakan modul ini pengguna dapat membuat kategori produk, menambahkan produk ke dalam kategori tersebut, dan mengatur hierarki kategori.

3. Quotation

Quotation adalah surat penawaran yang diberikan kepada customer setelah melakukan adanya permintaan penawaran. Bertujuan agar customer mengetahui harga serta ketentuan pembayaran yang diterapkan oleh perusahaan. Jika kedua pihak

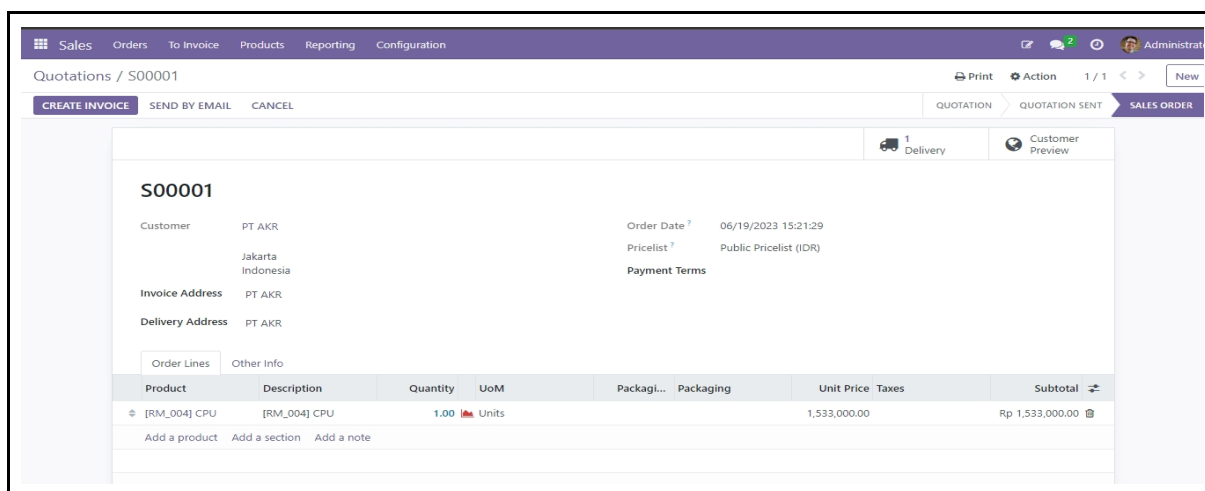
sepakat, maka customer akan menandatangani *quotation* dan mengirimkannya kembali pada perusahaan.



Gambar 4 Tampilan Quotation

4. Sales Orders

Sales order (SO) adalah sebuah dokumen komersial yang perlu disiapkan penjual dan diberikan kepada pelanggan. yang bertujuan untuk mengkonfirmasi penjualan produk atau jasa yang terlibat dalam sebuah transaksi.



Gambar 5. Tampilan Sales Order

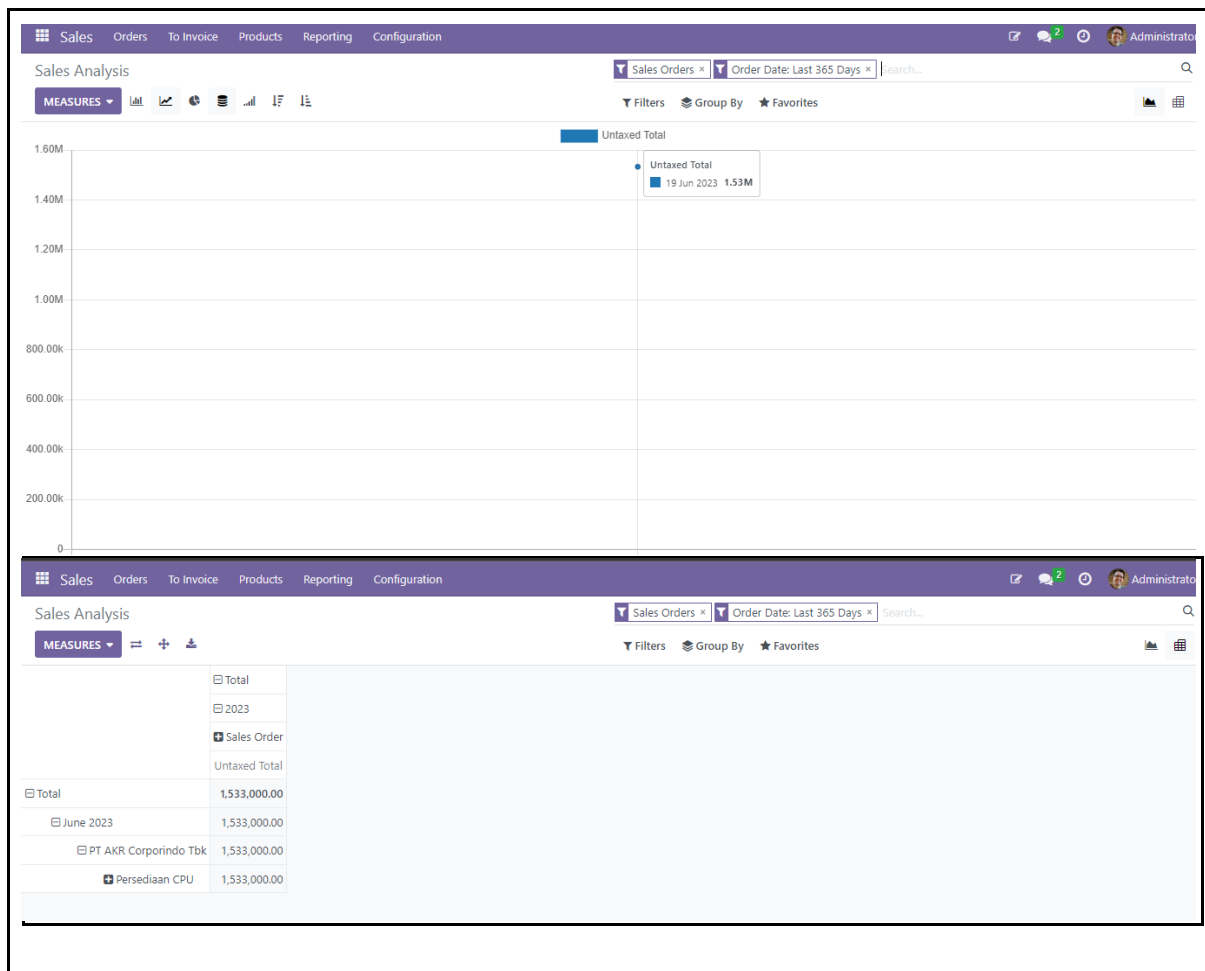
5. Invoicing

Proses *Invoicing From Sales Order* adalah tahapan ketika pelanggan sudah menerima pesannya maka kita akan mengirimkan invoice agar pelanggan membayar apa yang sudah dipesan. Invoicing From *Sales Order* terdapat pada Modul *Sales*. Dimana dapat diakses pada *quotation* kemudian create invoice. Terdapat tiga pilihan jenis invoice, regular invoice biasa dilakukan untuk pembayaran langsung tanpa ada *down payment* atau DP. Kemudian, *Down Payment (Percentage)* atau *Down Payment (Fixed Amount)* yakni pembayaran yang dilakukan dengan membayar DP, untuk

percentage kita akan menuliskan berapa persen DP nya sedangkan *fixed amount* kita menuliskan nominal tetap untuk DPnya.

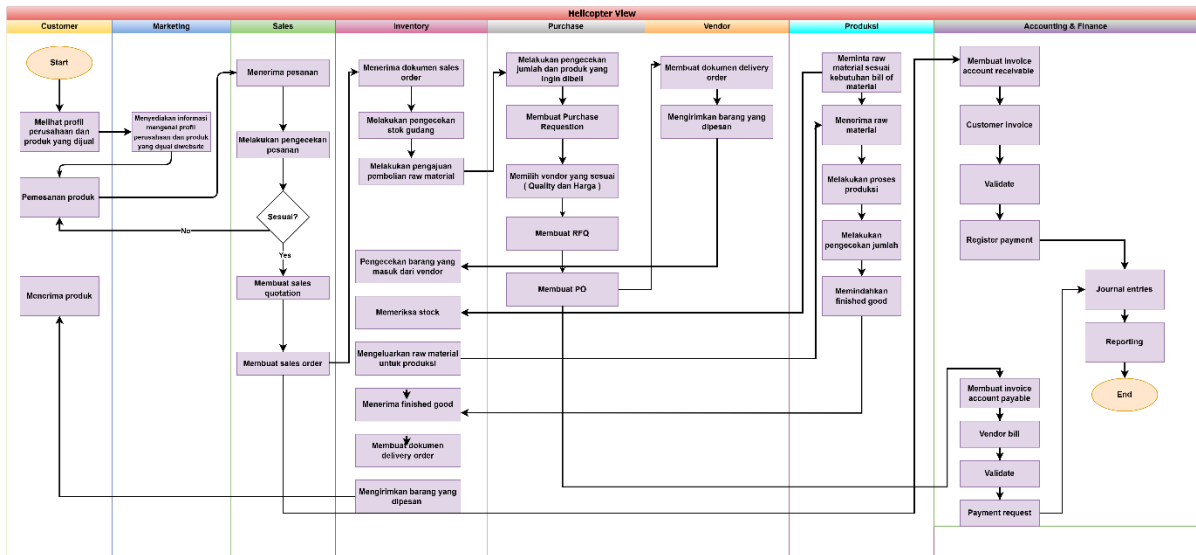
6. Reporting Sales

Laporan penjualan atau *sales report* adalah dokumen yang menggambarkan berapa banyak penjualan yang dilakukan perusahaan setiap hari, mingguan, atau bulanan. proses pengumpulan, analisis, dan presentasi data terkait penjualan suatu perusahaan dalam bentuk laporan yang dapat digunakan untuk memahami kinerja penjualan, menganalisis tren penjualan, dan mengambil keputusan bisnis yang lebih baik, dengan tujuan untuk memberikan kondisi umum dari penjualan dalam jangka waktu tertentu agar perusahaan dapat mengetahui aspek penjualan yang belum optimal.



Gambar 6. Tampilan Laporan Penjualan

Untuk menggambarkan transaksi penjualan yang terjadi setelah pengimplementasian modul sales Odoo di PT XYZ maka disajikan *Flowchart Helicopter View Business Process PT XYZ* sebagai berikut:



Gambar 7. Flowchart Helicopter View Business Process PT XYZ

3.3. Analisis GAP

Analisis GAP adalah sebuah analisis yang dilakukan untuk melihat gap antara proses bisnis yang sudah ada di perusahaan dan proses bisnis sistem yang akan digunakan (Ahya et al., 2019). Adapun analisis GAP dengan metode NPF N (Never) bahwa kebutuhan tidak terpenuhi, P (Partial) berarti bahwa kebutuhan tidak sepenuhnya terpenuhi. F (Full), berarti bahwa kebutuhan terpenuhi.

Berdasarkan analisis GAP yang dilakukan terlihat kondisi penjualan saat ini masih memiliki banyak kekurangan. Kelemahan terbesar dari proses bisnis saat ini adalah kurangnya koordinasi antar departemen terkait, sehingga menyebabkan kurangnya keseragaman prosedur standar dan dokumentasi. Pendataan pesanan customer dan penjualan yang masih dilakukan secara manual, belum ada format tetap dan tidak adanya database untuk penyimpanan quotation. Selain itu, proses pembuatan sales order (SO) tidak dilakukan secara konsisten sehingga informasi pesanan harus disampaikan secara manual antar departemen sehingga meningkatkan risiko kesalahan pada saat pemesanan barang. Pembuatan invoice masih manual, belum ada format tetap, tidak terintegrasi antar divisi dan belum adanya database untuk penyimpanan invoice. Pembuatan delivery order masih manual, belum ada format tetap, tidak terintegrasi antar divisi dan belum adanya database untuk penyimpanan delivery order. Jumlah pesanan yang masuk tidak memiliki waktu jeda antara order yang masuk sampai tanggal pengiriman barang yang diorder siap dikirim. dikarenakan perusahaan masih menggunakan sistem tradisional. Meskipun gudang mengelola inventaris masuk dan keluar, informasi tidak dikomunikasikan secara konsisten ke departemen lain, sehingga mengakibatkan kurangnya visibilitas inventaris di seluruh perusahaan. Mengonfirmasi pesanan untuk pelanggan menimbulkan risiko tambahan ketika stok produk sedikit, yang dapat menyebabkan klaim dan kerugian. Analisis GAP di atas juga memperlihatkan kebutuhan pada PT XYZ. Kebutuhan-kebutuhan pada PT XYZ ini dapat diatasi dengan solusi penggunaan sistem ERP modul sales dari Odoo. Terlihat pada tabel analisis GAP di atas bahwa 9 dari 11 kebutuhan PT XYZ dapat terpenuhi dengan adanya sistem ERP modul sales Odoo, dan hanya 2 kebutuhan yang belum

terpenuhi sepenuhnya. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa semua sistem ERP yang akan diimplementasikan dapat mengoptimalkan kebutuhan PT XYZ secara penuh.

4. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penerapan telah dilakukan dengan mengonfigurasi sistem ERP dan melakukan penyesuaian pada modul penjualan di perangkat lunak Odoo. Hal ini bertujuan agar proses penjualan dapat terintegrasi dengan baik di PT XYZ. Melalui penerapan sistem laporan penjualan menggunakan modul penjualan, PT XYZ kini dapat menampilkan seluruh informasi secara komprehensif, termasuk ketersediaan barang dengan berbagai jenis, ukuran, tipe, harga, dan sisa stok barang. Modul *sales* dan modul pendukung seperti modul *inventory* dapat saling terintegrasi sehingga PT XYZ merasa sangat terbantu dalam melakukan pencarian barang maupun melakukan pengecekan laporan penjualan, sehingga dapat mengatasi kelemahan yang terdapat pada PT XYZ.

Daftar Pustaka

- Alienta, A., Lim, C. J., Elita, E., Juviani, E., Juliawati, J., & Suhardjo, I. (2023). Implementasi Sistem Enterprise Resource Planning Berbasis SAP Pada PT XYZ. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 337-353.
- Ahya, B. B., Ridwan, A. Y., & Azizah, A. H. (2019). Pengembangan Sistem Green Erp Modul Warehouse Berbasis Odoo Di Industri Penyamakan Kulit Dengan Menggunakan Metode Asap. *E-Proceeding of Engineering*, 6(2), 1–10.
- 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), 49-57.
- Bantam, D. J., Fahmie, A., & Zulaifah, E. (2019). Meningkatkan ERP-efficacy mahasiswa psikologi melalui odoo human capital training. *Jurnal Psikologi Insight Departemen Psikologi*, 3(2).
- Eriana, E. S., Wijayanto, S., & Persada, G. N. (2022). Komputer Dan Masyarakat.
- Kurniawan, N. K., Yulia, & Irawan, E. C. (2022). Kustomisasi dan Implementasi Odoo ERP : Studi Kasus Perusahaan Manufaktur PT . X. *Jurnal Infra*, 10(1), 155–161.
- Permatasari, R. D., Ariyani, N. F., & Munif, A. (2020). Rancang Bangun API untuk Odoo ERP pada Modul CRM (Customer Relationship Management). *Jurnal Teknik ITS*, 8(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v8i2.49403>
- Rahayu, P., Tambunan, V. Y., Agutina, M., Anastasya, W., Japin, D., & Melinda, D. (2022). Penerapan Sistem Erp (Enterprise Resource Planning) Warehouse Management Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 241-245.
- Ramadhan, H., & Zailani, A. U. (2023). Pengembangan Sistem Informasi Enterprise Resource Planning Fiber to The Home pada Studi Kasus PT Trans Hybrid Communication. *Jurnal SISKOM-KB (Sistem Komputer dan Kecerdasan Buatan)*, 7(1), 58-65.
- Wahdiniawati, S. A., Rukmana, A. Y., Ma'sum, H., Pasaribu, J. S., Fauzan, R., Soetikno, Y. J. W., & Harto, B. (2023). Enterprise Information System. Get Press Indonesia.
- Widayanti, R. (2018). Business Process Reengineering dengan Penerapan Open ERP pada Proses *Sales* dan *Procurement*. *Industrial Servicess*, 4 No.1, 8–9. <http://jurnal.atmaluhur.ac.id/index.php/knsi2018/article/view/393%0Ahttp://jurnal.atmaluhur.ac.id/index.php/knsi2018/article/download/393/318>