

Implementasi Sistem Point of Sale (POS) dan Customer Relationship Management (CRM) Menggunakan Enterprise Resource Planning Pada UKM Zahira Sprei

Bayu Setyo Nugroho, Allveriska Rahma, Grendis Marzha Amelya, Intan Dwi Yuniarti, Loren Dwi Sekar Arum, Reitha Alya Pramudia

Politeknik Negeri Semarang

E-mail : bsnbayu@polines.ac.id, allveriskarahma@gmail.com, grendismarzha@gmail.com, a919intandwi@gmail.com, lorendwi19@gmail.com, reithaalya@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi menjadi semakin banyak digunakan dalam kehidupan dunia bisnis, tidak terkecuali UMKM Zahira Sprei. Zahira Sprei adalah usaha manufaktur yang bergerak di bidang pembuatan kebutuhan rumah tangga, yaitu seprai dan bed cover. Dalam penelitian terhadap Zahira Sprei, hal pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi masalah melalui observasi dan wawancara. Dari studi lapangan yang dilakukan, didapat permasalahan bahwa sistem penjualan produk di Zahira Sprei masih terbatas dalam penggunaan teknologi, sehingga dibutuhkan waktu yang cukup lama dalam proses penjualan tersebut. Rekap data produk dan data transaksi masih dilakukan secara manual yang mengakibatkan terjadinya kehilangan data dan kesulitan dalam mencari data. Selanjutnya, dilakukan analisis perancangan sistem yang kemudian diimplementasikan secara langsung. Aplikasi atau software yang dapat dipakai dalam memecahkan permasalahan tersebut adalah Odoo. Odoo merupakan software berbasis Enterprise Resource Planning (ERP) yang digunakan untuk manajemen kompleksitas perusahaan. Modul yang dikembangkan pada Zahira Sprei diantaranya modul Point of Sales (PoS) dan Customer Relationship Management (CRM). Modul Point of Sales (PoS) digunakan untuk membuat sistem penjualan pada Zahira Sprei agar lebih profesional, akurat, dan memudahkan pada proses penjualan. Dengan modul Customer Relationship Management (CRM), diharapkan dapat membantu dalam membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan. Hasil yang didapat dari pengimplementasian aplikasi tersebut adalah sistem Odoo dapat mengintegrasikan seluruh data perusahaan. Penggunaan sistem Odoo dapat mengatasi permasalahan Zahira Sprei yang meliputi pengelolaan pemesanan produk, pembayaran produk, dan hubungan dengan pelanggan.

Kata kunci : *Point of Sales, Customer Relationship Management, Enterprise Resource Planning (ERP), Odoo.*

Abstract

The development of information technology has become increasingly used in the life of the business world, including the MSMEs Zahira Sprei. Zahira Sprei is a manufacturing business engaged in the manufacture of household necessities, namely sheets and bed covers. In research on Zahira Sprei, identifying problems through observation and interviews were done first. It was found that the product sales system at Zahira Sprei is still limited in the use of technology, it takes quite a long time for the sales process. Recapitulation of product and transaction data is still done manually which results in data loss and difficulties in finding data. Furthermore, an analysis of the system design is carried out and implemented directly. Odoo application is used to solve these problems. Odoo is an Enterprise Resource Planning (ERP) based software used for enterprise complexity management. The modules developed for Zahira Sprei include Point of Sales (PoS) and Customer Relationship Management (CRM) modules. The Point of Sales (PoS) module is used to create a sales system for Zahira Sprei to make it more professional, accurate, and facilitate the sales process. Customer Relationship Management (CRM) module can assist in building and maintaining good relationships with customers. The result obtained from implementing the application is that the Odoo system can integrate all company data. The use of the Odoo system can solve Zahira Sprei's problems which include managing product orders, product payments, and customer relations.

Keywords : *Point of Sales, Customer Relationship Management, Enterprise Resource Planning (ERP), Odoo*

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi pada zaman sekarang ini memberikan dampak terhadap usaha

atau bisnis yang dijalankan. Hal ini membuat para pebisnis akan merasa lebih dimudahkan untuk mengontrol kegiatan bisnis yang dijelankannya, mulai dari planning bahan produksi, kegiatan

produksi itu sendiri, pemasaran, hingga menjaga hubungan dengan pelanggan. Sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) menjadi salah satu sistem yang digunakan untuk menjalankan bisnis baik perusahaan maupun UMKM [1]. Sistem ini memungkinkan perusahaan dan pemasoknya atau vendor untuk mengelola bisnis secara efisien dan efektif. Sistem yang berbasis komputer ini dirancang untuk mengelola transaksi dalam organisasi dan memfiltrasi perencanaan yang terorganisasi dan real time, produksi, dan respons pelanggan.

Semakin majunya teknologi, tentu semakin banyak software yang bermunculan. Salah satunya adalah software Odoo yang menjadi bentuk implementasi dari sistem ERP. Odoo menjadi salah satu software manajemen *open-source* yang dapat digunakan dan diintegrasikan dengan mudah. Software ini memiliki berbagai macam bentuk, diantaranya berbasis web, desktop, dan mobile. Keuntungan yang ada dalam Odoo adalah terdapat banyak komunitas yang mendukung, modul terintegrasi dengan lengkap, dan biaya yang relatif terjangkau. Modul Point of Sales (PoS) dan Customer Relationship Management (CRM) merupakan modul-modul yang tercakup di dalam software Odoo.

Zahira Sprei merupakan salah satu UMKM yang berlokasi di Semarang. UMKM ini berfokus dalam bidang manufaktur kebutuhan rumah tangga, yaitu seprai dan bed cover. Sebagai UMKM yang bergerak di bidang manufaktur, tentu tidak lepas dari kebutuhan teknologi. Hal ini sesuai dengan konsep *supply chain management* bahwa SCM saling terintegrasi antar bagian yang saling bertukar data berupa aliran informasi, material, dan uang [2]. Selain itu, usaha ini tidak lepas dari masalah-masalah yang dihadapi, seperti masalah dalam proses penjualan dan menjaga hubungan dengan pelanggan.

Saat ini, segala aktivitas selalu ingin dikerjakan dengan cepat dan efisien, begitu pula dengan proses penjualan. Selain tingkat efisiensi, hal yang juga ingin didapat yaitu brand image, di mana suatu brand akan mendapatkan pandangan yang baik dari segi pelayanan ataupun nilai dari barang tersebut. Salah satu bentuk pelayanan agar brand image dan citra perusahaan meningkat adalah dengan adanya sistem kasir atau sistem penjualan yang otomatis. Hal ini akan memberikan kesan lebih profesional dan tidak sekedar kertas yang ditulis manual. Dengan menerapkan modul Point of Sales (PoS) akan memberikan kemudahan saat proses penjualan, didukung dengan pencetakan invoice otomatis.

Teknologi yang semakin maju tentu dibarengi dengan persaingan yang ketat dari perusahaan-perusahaan pesaing. Maka, perusahaan harus dapat membangun hubungan yang baik dengan customer ataupun mempertahankan customer yang telah setia dengan produk perusahaan. Sistem ERP berupa modul Customer Relationship Management (CRM) membantu memudahkan dalam kegiatan pemasaran sekaligus menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Membangun dan/atau mempertahankan hubungan baik dengan customer perlu dilakukan agar mendapatkan loyalitas dari pelanggan dengan memberikan layanan yang konsisten dan memudahkan dalam akses menerima informasi customer. Selain itu, dengan menerapkan CRM ini akan mengurangi biaya promosi. Di sisi lain, cost untuk promosi tersebut dapat dialokasikan untuk biaya operasional yang lainnya. Proses desain sistem yang di implementasikan menggunakan konsep Kaizen atau perbaikan berkelanjutan untuk mencapai kebutuhan/ tujuan perusahaan [3] dan [4].

Tujuan dilakukannya penelitian ini antara lain: (1) Membuat sistem penjualan pada UMKM Zahira Sprei agar lebih efisien, akurat, memudahkan saat proses penjualan, dan terlihat lebih profesional dengan menggunakan software Odoo, yaitu Point of Sales; (2) Diharapkan dapat membantu dalam membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Terutama dalam memberikan promo terkait diskon terhadap produk yang menarik secara otomatis melalui sistem Point of Sales; (3) UMKM Zahira Sprei dapat melihat semua prospek pada pelanggan yang memudahkan kedepannya untuk menjangkau promosi dengan cakupan yang lebih luas dengan menggunakan modul Customer Relationship Management. (4) Terciptanya sistem terintegrasi dengan menggunakan aplikasi Enterprise Resource Planning (ERP) Odoo.

1.1 Point of Sales (POS)

Pengertian *Point of sales (POS)* merupakan kegiatan dengan tujuan melakukan proses penjualan barang melalui sistem agar memudahkan dalam transaksi [5]. Sistem POS Odoo akan langsung mengakumulasikan jumlah produk, membeli pilihan produk, serta menampilkan struk [6], Menurut [7] Sistem penjualan pada ERP Odoo memiliki berbagai fungsi diantaranya:

1. *Customer* memilih barang, kemudian memproses transaksi melalui kasir;

2. Transaksi penjualan dilakukan melalui *rules*/aturan yang ada di menu *Point of Sales*;
3. *Customer* mendapatkan nota pembayaran;
4. Terdapat *invoice* yang otomatis dapat tersimpan pada sistem;
5. Admin penjualan dapat melakukan proses konfirmasi *Purchase order*, dan membuat *customer invoice*;
6. Admin gudang (*warehouse*) dapat memproses pesanan sesuai dengan *customer invoice*.

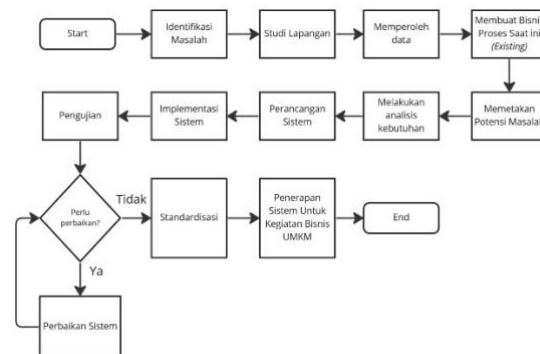
1.2 Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) merupakan aplikasi yang berkaitan dengan aplikasi ERP [8]. CRM atau dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai manajemen hubungan pelanggan merupakan alat yang dapat mempercepat proses pengolahan, penyimpanan, pencarian data, dengan hasil yang akurat. Pada CRM Odoo, dapat membantu manajer untuk mengelola semua peluang dari satu tahap ke tahap lainnya agar pekerjaan lebih mudah dan efisien [9]. Aplikasi ini menggunakan berbagai variasi metode untuk menjembatani hubungan antara perusahaan dengan pelanggan dalam implementasinya. CRM menyediakan berbagai alternatif untuk membangun komunikasi sehingga loyalitas pelanggan dapat terjaga. Aplikasi dapat berupa SMS, aplikasi website yang meliputi validasi pesanan, verifikasi pembayaran, konfirmasi desain sampai dengan produk dapat diterima oleh pelanggan. Implementasi CRM ini sangat berkembang di beberapa tahun terakhir, hampir semua perusahaan di berbagai industri mulai menerapkan sistem ini. Sebagai contoh berbagai toko ritel yang ada di masyarakat, baik skala menengah ataupun atas menerapkan berbagai fitur CRM salah satunya adalah pemanfaatan apps promosi yang terhubung langsung dengan smartphone pelanggan. Melalui aplikasi tersebut, berbagai aktifitas yang sebelumnya dilakukan secara konvensional dapat bertransformasi menjadi teknologi informasi dengan tingkat keberhasilan yang tinggi.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini digunakan untuk mempelajari konsep ERP dengan menggunakan Odoo sebagai metode dan sistem penelitian dalam proses bisnis pada UMKM Zahira Sprei. Alur penelitian dibuat oleh penulis berdasarkan perbaikan dan penyesuaian yang dilakukan dari berbagai penelitian sebelumnya.

Bagian Metode Penelitian menjelaskan tentang langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian, alasan pemilihan sampel, proses validasi, dan pengukuran yang dilakukan. Bagian ini bisa saja menjelaskan tahapan yang penting atau proses utama dari penelitian yang dilakukan, Persamaan matematis ditulis seperti contoh berikut:



Gambar 1. Alur Penelitian Penerapan Sistem ERP Odoo

Sumber: Elaborasi berbagai sumber penelitian, 2022

Tahap penelitian yang dilakukan oleh penulis dijelaskan sebagai berikut: (1) Melakukan identifikasi masalah terlebih dahulu melalui studi lapangan dengan cara observasi dan wawancara. Kegiatan ini dilakukan untuk memperoleh data yang dibutuhkan selama penelitian; (2) Membuat proses bisnis yang saat ini dilakukan (*existing business process*) di UMKM Zahira Sprei; (3) Memetakan potensi masalah yang terjadi di UMKM Zahira Sprei; (4) Melakukan analisis kebutuhan dalam penelitian penerapan ERP Odoo pada sistem informasi pembelian, penjualan, pembayaran, dan pengelolaan loyalitas pelanggan; (5) Melakukan perancangan sistem yang akan diterapkan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di UMKM Zahira Sprei. (6) Implementasi Sistem menggunakan Enterprise Resource Planning Odoo melalui modul Point of Sales (PoS) dan Customer Relationship Management (CRM). (7) Melakukan pengujian dengan metode analisis GAP untuk menentukan kelayakan Bisnis proses menggunakan sistem Odoo dibandingkan dengan *existing bisnis process*.

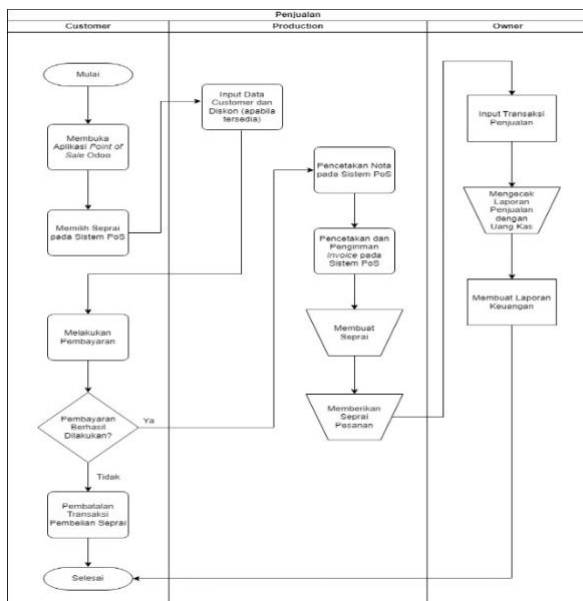
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis Proses penjualan dan hubungan dengan pelanggan pada UMKM Zahira Sprei masih menggunakan cara tradisional atau manual, di mana masih belum banyak menggunakan teknologi. Dengan sistem Odoo, mencakup penggunaan modul *Point of Sales (Pos)* untuk

membantu proses penjualan dan modul *Customer Relationship Management* (CRM) yang digunakan untuk mengelola hubungan baik dengan pelanggan. Penjelasan dari hasil analisis terhadap proses penjualan dan hubungan pelanggan pada UMKM Zahira Sprei adalah sebagai berikut.

3.1 Point of Sales (POS)

Keadaan sistem sebelum penggunaan Odoo ERP yang dilakukan di Zahira Sprei berjalan dengan baik, tetapi dari pengamatan masih terdapat beberapa kekurangan yang membuat pengelolaan data menjadi sulit dilakukan, seperti pengolahan data pembelian dan penjualan yang masih menggunakan buku secara manual. Zahira Sprei dapat merekam banyak transaksi setiap saat. Namun, jumlah transaksi ini belum dicocokkan dengan aplikasi yang dapat mengelola data dengan lebih detail serta dapat menghitung hasil transaksi dengan cepat dan akurat. Implementasi modul *Point of Sales* (PoS) dapat membantu merekam transaksi yang terjadi di Zahira Sprei, sehingga memudahkan *owner* untuk merekap data transaksi dalam pembuatan laporan transaksi dan keuangan.



Gambar 2. Proses Bisnis *Point of Sales* Odoo

Sistem Odoo yang digunakan untuk proses penjualan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Modul *Point of Sales* (PoS) dalam Odoo berfungsi untuk mencatat transaksi penjualan. Seluruh transaksi akan secara otomatis tersimpan dalam sistem. Hal ini menjadi salah satu keuntungan agar dapat terhindar dari kesalahan data pada informasi produk dan informasi

keuangan masing-masing *retailer*. Adapun menu yang digunakan dalam sistem *Point of Sales* adalah sebagai berikut.

a. Menginput Produk

Untuk menginput produk pada *Point of Sales*, terlebih dahulu membuka menu *Point of Sales*. Kemudian, *submenu* akan terbuka di mana dapat memilih produk yang akan dipesan atau *Order Product*. Pilih 'Create' untuk menambahkan produk. Selanjutnya, isikan *Product Name* dengan nama produk, mengisi *Product Type* dengan tipe produk, menambahkan harga jual pada *Sales Price*, melakukan ceklis pada bagian *Available in Point of Sales* apabila produk ingin ditampilkan pada bagian *Point of Sales*, dan menambahkan kategori produk pada *Point of Sales Category*.

b. Penggunaan Mesin Kasir

Setelah menginput data barang, maka mesin kasir atau *Session* dapat mulai digunakan. Hal pertama yang harus dilakukan untuk memproses transaksi penjualan melalui mesin kasir adalah membuka menu *Point of Sales*. Kemudian, membuat 'New Session' sebagai mesin kasir baru dengan cara memilih *Dashboard* pada *submenu*. Selanjutnya, apabila terdapat *customer* yang ingin membeli produk, maka kasir dapat memilih dan mencari produk seprai secara langsung maupun melalui fitur 'Search Product' yang telah disediakan oleh sistem. Setelah produk dipilih, maka kasir dapat mengisi data seprai yang dibeli oleh *customer*.

c. Pembayaran Orders

Pembayaran *orders* dapat dilakukan apabila jumlah pesanan dari *customer* sudah sesuai. Pembayaran dilakukan dengan mengeklik 'Payment' yang selanjutnya kasir dan *customer* dapat memilih antara dua metode pembayaran, yaitu *cash* ataupun transfer. Pada saat pembayaran, kasir dapat memasukkan diskon yang tersedia dengan memilih menu diskon. Setelah itu, apabila *customer* memilih untuk membaca secara *cash/tunai*, maka kasir dapat memasukkan nominal uang yang ada dan secara otomatis sistem akan menampilkan jumlah sisa uang yang dapat dikembalikan ke *customer*. Selanjutnya, setelah proses pembayaran selesai, maka akan muncul nota dan *invois*.

d. Orders

Orders adalah menu yang berfungsi untuk melihat dan menampilkan data pemesanan secara terperinci, di mana di dalamnya

terdapat informasi mengenai *sales* yang melakukan penjualan, *user* yang menjalankan transaksi tersebut, tanggal pemesanan, total penjualan, dan *session* yang digunakan.

e. *Report Orders*

Report Orders pada Odoo menjadi sebuah menu yang digunakan untuk mengindikasikan bagaimana penjualan suatu perusahaan. Hal ini karena di dalam menu tersebut, penjualan bulanan akan tercatat dan terlacak secara otomatis melalui sistem. Dengan begitu, perusahaan dapat menilai dan membandingkan pertumbuhan maupun penurunan penjualan yang terjadi setiap bulannya. Selain itu, perusahaan juga dapat melihat produk mana yang terjual dalam jumlah banyak karena akan ditampilkan data penjualan produk secara rinci.

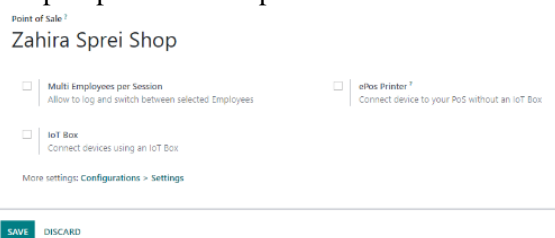
f. *Report Sales Details*

Untuk memantau penjualan toko, perusahaan dapat memanfaatkan fitur yang terdapat pada menu *Report Sales Details*. Perusahaan dapat menggunakan sistem tanggal yang ditentukan sendiri untuk melihat penjualan toko dan mencetak laporan penjualan sesuai dengan keinginan.

Berikut ini adalah langkah-langkah dan tampilan sistem ERP Odoo tentang Penjualan dan hubungan pelanggan yang di implementasikan di UMKM Zahira Sprei.

a. Pembuatan PoS Baru

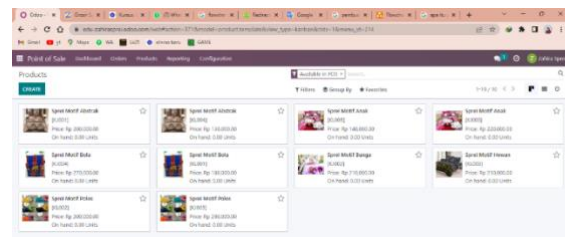
Point of Sales (PoS) berguna dalam membantu proses penjualan sebuah perusahaan, dalam hal ini adalah penjualan seprai pada Zahira Sprei.



Gambar 3. Pembuatan *Point of Sales* (PoS) Zahira Sprei

b. Penambahan Produk

Penambahan produk disesuaikan dengan keadaan Zahira Sprei yaitu produk seprai yang akan dijalankan dengan modul *Point of Sales*



Gambar 4. Penambahan Produk

c. Pembuatan PoS *Product Category*

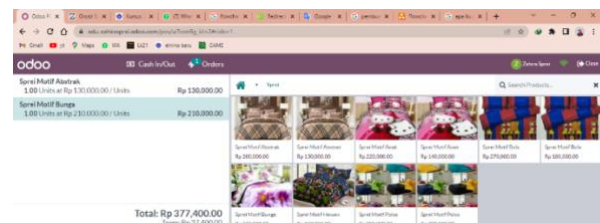
PoS Product Category merupakan suatu fitur yang memungkinkan untuk membuat kategori produk yang dijual dalam hal ini, yaitu seprai.



Gambar 5. Pembuatan Kategori Produk

d. Pemesanan Produk Menggunakan *Point of Sales*

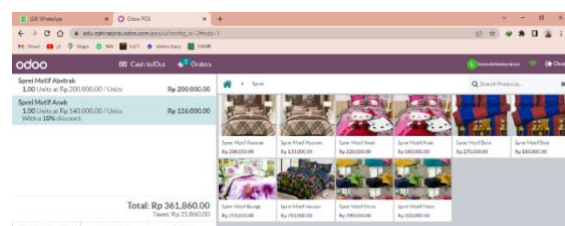
Pada menu ini, *customer* dapat memilih produk yang akan dibeli sesuai dengan kebutuhan. Akan ditampilkan semua produk dari Zahira Sprei yang dapat dibeli oleh *customer*.



Gambar 6. Pemesanan Produk yang Dilakukan oleh *Customer*

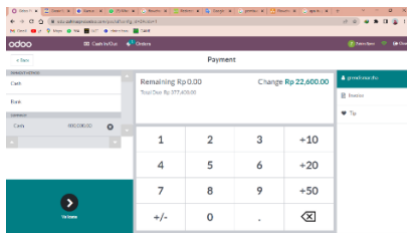
e. Menambahkan Diskon

Pada menu pemesanan produk, kasir dapat memberikan diskon kepada *customer* dan mengisi jumlah pesanan seprai. Selain itu, kasir juga dapat menambahkan data *customer* secara langsung pada menu ini.



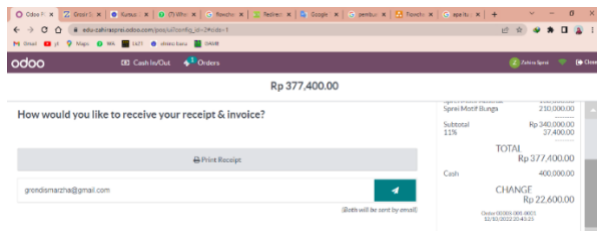
Gambar 7. Penambahan Diskon Produk Seprai Zahira Sprei

- g. Melakukan Pembayaran
 Pembayaran dilakukan secara *cash* maupun transfer. Disesuaikan dengan keinginan pelanggan.



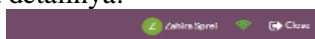
Gambar 8. Pembayaran yang Dilakukan oleh Customer

- h. Penyelesaian Pembayaran
 Pembelian produk seprai dinyatakan berhasil setelah *customer* menyelesaikan pembayaran.



Gambar 9. Keberhasilan Pembayaran Order

- i. Pencetakan Nota dan Invoice
 Nota akan otomatis tercetak setelah *customer* selesai melakukan pembayaran. Setelah pembayaran selesai dilakukan, *invoice* akan otomatis tercetak dan dapat dikirim langsung ke *customer* melalui email. *Invoice* berguna sebagai data produk yang dibeli beserta detailnya.



Gambar 10. Nota Pembayaran



Gambar 11. Invoice

3.2 Customer Relationship Management (CRM)

Dalam rangka menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan, Zahira Sprei hanya menggunakan media berupa Whatsapp. Maka dari itu, diperlukan penggunaan Odoo ERP, yaitu sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dalam mengelola dan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan. Dengan menggunakan sistem CRM, Zahira Sprei dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dengan menjalin hubungan yang baik terhadap pelanggan dan dapat menjangkau pelanggan baru, serta mempertahankan loyalitas pelanggan lama. Melalui sistem CRM, perusahaan dapat mengetahui kebutuhan pelanggan sehingga kebutuhan tersebut dapat dipenuhi oleh perusahaan. Selain itu, akan tercipta hubungan yang harmonis, erat, dan komunikasi yang dapat terus berlanjut dengan pelanggan.

Modul *Customer Relationship Management* (CRM) dapat digunakan perusahaan untuk melihat dan mengelola prospek atau peluang calon *customer*. Prospek tersebut dikelola melalui tahapan yang nantinya membawa hasil kelayakan calon *customer* menjadi *customer* tetap perusahaan. Dengan adanya modul ini, perusahaan dapat membangun dan menjaga hubungan baik dengan *customer*. Terdapat beberapa menu yang dapat digunakan dalam *Customer Relationship Management* (CRM), antara lain menu *My Pipeline*, *My Activities*, *My Quotations*, *Sales Teams*, *Customer*, *Leads*, *Activity Types*, *Lost Reasons*, dan *Lead Mining Requests*. Adapun penjelasan dari menu-menu tersebut adalah sebagai berikut.

a. Menambah Customer

Informasi pelanggan yang diterima dapat diproses dalam modul *Customer Relationship Management* (CRM) dengan menambahkan data tersebut pada menu '*Customer*'. Data yang

ditambahkan akan secara otomatis tersimpan dalam server Odoo. Setelah data ditambahkan, data tersebut dapat diproses dan diolah sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

b. Membuat Pipeline

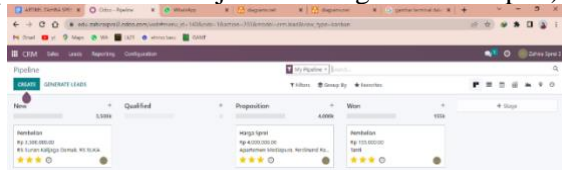
Data *customer* yang sudah diinput, selanjutnya dapat diproses dalam *pipeline* yang tersedia dalam *website* Odoo. Pembuatan *pipeline* terdiri dari menciptakan peluang sekaligus kesempatan bagi calon *customer* dan memprosesnya sehingga tercipta kelayakan untuk menjadi *customer* tetap. Peluang dapat dilakukan oleh *sales teams* yang sama maupun berbeda. Untuk menandai prioritas peluang, dapat dengan mengatur jumlah bintang yang ada pada *pipeline* yang terdiri dari *medium*, *high*, dan *very high*, di mana semakin banyak bintang, maka *leads* tersebut menjadi prioritas yang lebih diutamakan.

c. Menentukan Schedule

Peluang yang telah dibuat kemudian dapat diproses lebih lanjut. Untuk meningkatkan persentase peluang tersebut, selanjutnya *sales teams* dapat menjadwalkan kegiatan pada menu *Schedule Activity* bagian *Activity Type*, yang meliputi pengiriman email, telepon, dan pertemuan/meeting dengan calon *customer*. Setelah itu, *pipeline* dapat diproses sesuai dengan tahapan yang ada, mulai dari *New*, *Qualified*, *Proposition*, hingga *Won*. Selanjutnya, *pipeline* yang telah diproses dapat dibuat menjadi dokumen laporan melalui menu '*Reporting*'.

d. Pembuatan Pipeline

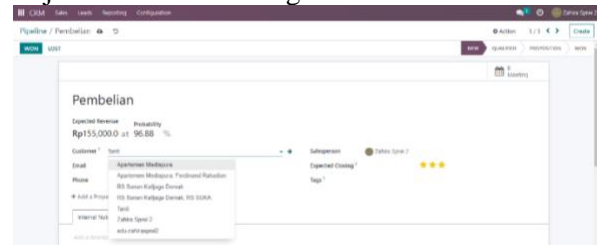
Pipeline merupakan papan visualisasi atau saluran kontrol yang dapat memudahkan perusahaan untuk melihat progres atau pencapaian *customer*. Dalam *pipeline* terdapat *stage* yang mengelompokkan *opportunity* atau tingkatan pencapaian yang dapat disesuaikan oleh perusahaan. *Pipeline* berfungsi untuk merencanakan kegiatan, mengelola *opportunity* yang hilang, dan mengelola tim *sales*. *Stages* pada Zahira Sprei terdiri dari *New* (pembuatan *leads* baru), *Qualified* (apabila calon *customer* memberikan respons positif), *Proposition* (apabila *customer* telah memenuhi persyaratan pembelian), dan *Won* (apabila *customer* setuju dan melakukan pembelian atau kerja sama dengan Zahira Sprei).



Gambar 12. Tampilan Pipeline

e. Pembuatan Leads

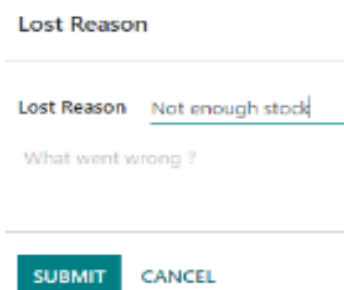
Leads merupakan sejumlah orang yang tertarik pada satu atau lebih produk yang dijual dengan memberikan data diri secara sukarela kepada pemilik usaha atau pihak penjual. *Leads* adalah langkah kualifikasi sebelum penciptaan peluang. Sehingga dalam hal ini, jika *Leads* berstatus "*Won*", maka peluang penawaran berhasil dan terjadilah transaksi dengan *customer*.



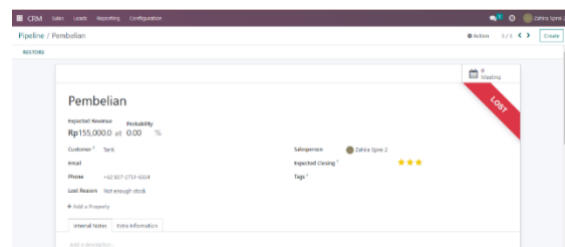
Gambar 13. Pembuatan Leads Baru

f. Pembuatan Leads yang Berstatus Lost

Jika *Leads* berstatus '*Lost*', maka akan muncul menu *Lost Reason* yang berisi alasan mengapa *Leads* tersebut dibatalkan. Pada menu ini, terdapat beberapa alasan yang menyebabkan gagalnya penawaran yang dilakukan, seperti *not enough stock*. *Sales team* juga dapat menambahkan alasan lain yang sesuai dengan keadaan mengapa *Leads* dibatalkan. Setelah *Leads* dibatalkan, akan muncul label '*Lost*' berwarna merah pada pojok kanan *Leads* (Gambar 13)



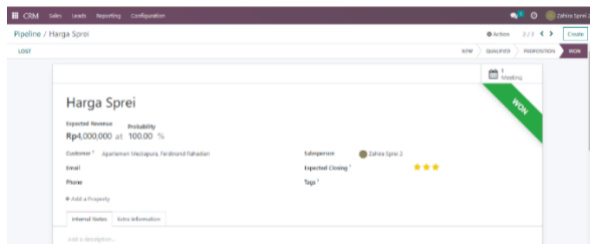
Gambar 12. Menu Lost Reasons



Gambar 13. Leads yang Lost/Dibatalkan

g. Pembuatan Leads yang Berstatus Won

Leads yang berstatus '*Won*', berarti bahwa peluang penawaran yang dilakukan berhasil dan terjadilah transaksi dengan *customer*.



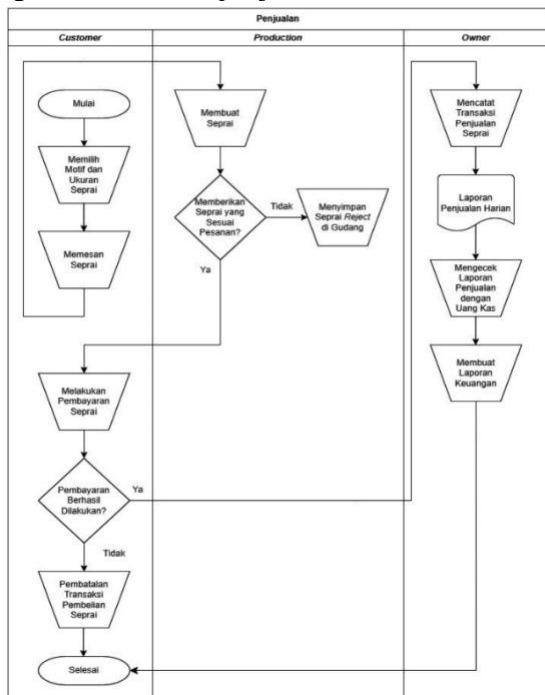
Gambar 14. Leads yang Won/Berhasil

3.3 Business Process Reengineering

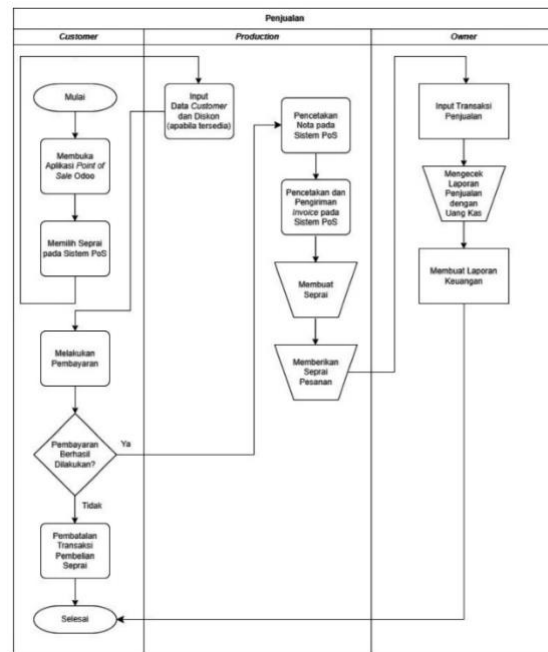
Analisis proses bisnis di UMKM Zahira Sprei sesuai dengan lingkup penelitian proses bisnis yang relevan, meliputi kegiatan penjualan dan hubungan dengan pelanggan.

3.3.1 Point of Sales (POS) AS-IS (existing) dibandingkan dengan setelah implementasi ERP

Pada proses penjualan yang sedang berlangsung (*existing*) pada gambar 15, *owner* mencatat semua transaksi penjualan di buku secara manual. Sedangkan pada proses penjualan dengan sistem ERP (Gambar 16), pencatatan transaksi penjualan menggunakan modul Point of Sales pada Odoo, sehingga *owner* tidak perlu kesulitan dalam menginput data dan dapat mengetahui transaksi penjualan secara *real time*.



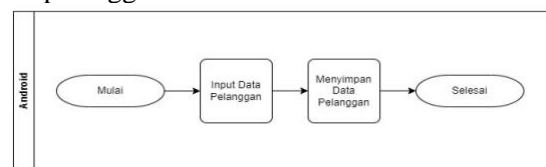
Gambar 15. Analisis Proses Bisnis Point of Sales (PoS) Existing



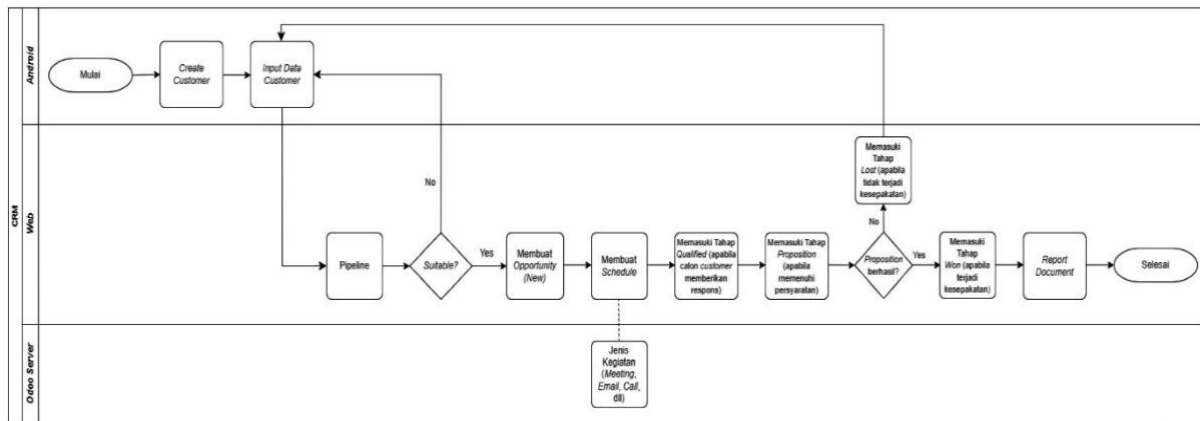
Gambar 16. Business Process Reengineering Point of Sales (POS)

3.3.2 Customer Relationship Management (CRM) AS-IS (existing) dibandingkan setelah implementasi ERP

Pada proses bisnis hubungan dengan pelanggan yang sedang berlangsung (*Existing*) pada Gambar 17, hanya menggunakan media WhatsApp untuk menyimpan data pelanggan. Sedangkan pada sistem ERP (gambar 18) sudah menggunakan modul CRM (*Customer Relationship Management*), sehingga data pelanggan dapat di-input secara detail dan *owner* dapat sekaligus melihat pendapatan perusahaan dari pelanggan tersebut.



Gambar 17. Proses Bisnis Customer Relationship Management (CRM) Existing



Gambar 18. Business Process Reengineering Customer Relationship Management

Sumber: Data Primer Penelitian, 2022

Penerapan ERP Odoo pada UMKM Zahira Sprei menggunakan *Point of Sales* dan *Customer Relationship Management* merupakan langkah strategis yang dilakukan oleh industri sebagai bentuk perbaikan berkelanjutan melalui inovasi dalam *reengineering* proses bisnis untuk menghasilkan peningkatan kinerja perusahaan [10], [11].

3.4 Analisis GAP

Analisis GAP dapat dilihat melalui berbagai perspektif salah satunya adalah proses bisnis perusahaan [12]. Proses bisnis yang sudah diklasifikasikan kemudian diuji menggunakan tabel analisis GAP/ perbandingan antara proses bisnis saat ini (*Existing*) dengan proses bisnis

Reengineering (Implementasi Sistem ERP). Analisis GAP yang peneliti lakukan merupakan penyesuaian beberapa hal [13], yang bertujuan untuk mendapatkan hasil pengujian terhadap seberapa besar pemenuhan dari sistem ERP pada Implementasi ERP Odoo terhadap transaksi penjualan dan proses bisnis hubungan dengan pelanggan yang sekarang berjalan di UMKM Zahira Sprei. Analisis GAP dengan menggunakan NPF adalah sebagai berikut: (1) N = *No fit* (menunjukkan bahwa sistem tidak dapat memenuhi kebutuhan); (2) P = *Partial* (sistem dapat memenuhi kebutuhan, tetapi hanya sebagian); (3) F = *Full* (sistem dapat memenuhi kebutuhan secara keseluruhan)

TABEL 1 DATA PENGUKURAN ARUS LISTRIK(STYLE:JUDULTABEL)

No.	Proses Bisnis	Kebutuhan	Fulfillment			Business Process	
			N	P	F	AS-IS (Existing)	Reengineering
1.	Memilih produk pada <i>Point of Sales</i>	<i>Customer</i> dapat memilih barang dengan mudah			V	Pemilihan barang melalui <i>platform</i> WhatsApp, Instagram, dan Website	Pemilihan barang dapat lebih cepat dengan satu <i>platform</i> menggunakan sistem ERP Pipeline, leads, dan analisis stage level
		Pemesanan yang lebih efektif dan efisien			V	Pemesanan melalui Instagram dan Website akan dialihkan ke WhatsApp	Pemesanan dapat dilakukan secara otomatis dalam sistem <i>Point of Sales</i>
		Produk dan harga produk dapat diketahui dengan jelas			V	Harga produk terkadang tidak tertera dalam unggahan	Produk dan harga produk tertera dengan jelas dalam sistem
2.	Input Data <i>Customer</i>	Penyimpanan data <i>Customer</i> dengan rapi			V	Penyimpanan data terbatas pada nama <i>Customer</i>	Data tersimpan dengan lengkap
3.	Pemberian Diskon	Kemudahan dalam memberikan berbagai macam diskon			V	Diskon diberikan hanya pada produk <i>reject</i>	Diskon dapat diberikan secara langsung saat pembayaran

No.	Proses Bisnis	Kebutuhan	Fulfillment			Business Process	
			N	P	F	AS-IS (Existing)	Reengineering
4.	Melakukan Pembayaran Seprai	Kemudahan dalam pembayaran seprai			V	Pembayaran <i>cash</i> maupun transfer dilakukan setelah menghitung total pembelian seprai secara manual	Pembayaran <i>cash</i> maupun transfer secara otomatis setelah nota tersedia
5.	Pencetakan Nota	Kepraktisan pembuatan nota			V	Pembuatan nota secara manual dengan nota jadi apabila diperlukan	Input pembayaran pesanan produk menggunakan sistem Odoo yang otomatis membuat nota
6.	Pencetakan dan Pengiriman Invoice	Kemudahan dalam pembuatan <i>invoice</i>			V	Tidak terdapat <i>invoice</i>	<i>Invoice</i> akan tercetak secara otomatis setelah pembayaran dan dapat langsung dikirim ke <i>customer</i>
7.	Menginput Transaksi Penjualan	Rekam penjualan dapat tersimpan dengan mudah			V	Transaksi penjual ditulis secara manual di buku transaksi	Transaksi penjualan terinput secara otomatis dalam sistem
8.	Mengecek Laporan Penjualan	Kerapian, kelengkapan, dan terstrukturnya laporan penjualan			V	Laporan penjualan diinput berdasarkan buku transaksi penjualan	Laporan penjualan telah tersaji secara otomatis dalam sistem Odoo
9.	Membuat Laporan Keuangan	Kerapian, kelengkapan, dan terstrukturnya laporan keuangan		V		Laporan keuangan dihitung secara manual berdasarkan buku pencatatan transaksi penjualan	Laporan keuangan dapat dicetak secara otomatis dalam sistem Odoo

IV. KESIMPULAN

Enterprise Resource Planning (ERP) merupakan aplikasi berbasis sistem informasi yang dapat mengintegrasikan keseluruhan departemen dalam suatu perusahaan. Salah satu penerapan sistem ERP adalah Odoo. Odoo merupakan *software* manajemen berbasis *opensource* dengan berbagai bentuk media, seperti *Website* dan *Mobile*. *Software* ini dapat membantu menunjang kegiatan penjualan dan hubungan dengan pelanggan pada perusahaan. Mulai dari pemesanan hingga pembayaran dan juga pelayanan pasca transaksi dapat dilakukan dengan otomatis.

Dalam penelitian ini, sistem Odoo digunakan sebagai aplikasi ERP yang membantu mengelola sistem transaksi penjualan dan hubungan dengan pelanggan Zahira Sprei. Pada sistem penjualan diharapkan dapat memudahkan dalam melakukan proses transaksi. Selain itu, pemberian diskon pada produk terkait secara menarik akan menambah ketertarikan pembeli dan sebagai salah satu cara untuk mempertahankan kelayakan konsumen. Dalam hal ini, sistem Odoo membantu perusahaan mengelola pemesanan produk,

pembayaran produk, dan hubungan dengan pelanggan. Modul yang digunakan adalah *Point of Sales* (PoS) dan *Customer Relationship Management* (CRM).

Penelitian selanjutnya dapat dilakukan upaya integrasi strategi *Pentahelix* yaitu Pemerintah, akademisi, badan/pelaku usaha, masyarakat atau komunitas, dan media [14], [15]. Sehingga dapat dilakukan implementasi di berbagai proses bisnis di berbagai industri. Perlu penambahan berbagai fitur yang ada di ERP Odoo seperti penambahan modul *Sales*, *accounting*, *Purchase* untuk memudahkan pembelian barang dalam rangka pemesanan barang ke vendor, sehingga dapat mengetahui data produk secara keseluruhan dari vendor terkait. Penggabungan modul-modul tersebut dalam satu aplikasi akan mempermudah pengelolaan sistem yang ada. Penelitian ke depan juga memerlukan pengembangan sistem berupa strategi dalam membangun hubungan dengan konsumen untuk kemajuan usaha mitra, sehingga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan juga mitra industri baik skala UMKM ataupun *Enterprise*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Fatoni Efendi and A. Aditya, "Business Process Analysis and Implementation of Odoo Open Source ERP System in Inventory, Purchasing and Sales Activities (Case Study: Captain Gadget Store) Analisis Proses Bisnis dan Penerapan Sistem ERP Odoo Open Source Pada Aktivitas Persediaan, Pembelian dan Penjualan (Studi Kasus: Captain Gadget)," 2022. Available: <https://pssh.umsida.ac.id>.
- [2] B. S. Nugroho, A. P. Mafaza, Mohammad, M. A. Dzalfajri, R. Rizkiyanto, and S. W. Setianingrum, "Implementation of Supply Chain Management Using ERP Odoo (Case Study of PT Mas Arya Indonesia)," 2023. doi:<https://doi.org/10.99075/ijevss.v2i02.261>.
- [3] B. S. Nugroho, E. Purnamasari, T. Prahara, and M. Ayuwardani, "Penerapan Strategi Kaizen Production dan Integrated Digital Marketing Untuk Meningkatkan Produktivitas dan Penjualan Tanaman Hias," *Surya Abdimas*, vol. 6, no. 2, pp. 361–370, 2022, doi: [10.37729/abdimas.v6i2.1736](https://doi.org/10.37729/abdimas.v6i2.1736).
- [4] S. Sugiyanta, B. S. Nugroho, S. Marhaeni, E. Purnamasari, and M. Ayuwardani, "Integrated Digital Marketing Sebagai Solusi Peningkatan Pendapatan Makanan Kecil Khas Daerah (MKKD) Sentra Industri Brem Wonogiri," *Surya Abdimas*, vol. 7, no. 1, pp. 94–104, Jan. 2023, doi: [10.37729/abdimas.v7i1.2438](https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i1.2438).
- [5] L. Cahya Putri and suhendi, "Analisis Dan Implementasi Erp Pada Modul Point Of Sale Studi Kasus Toko Tas Apidah," *Jurnal Informatika Terpadu*, vol. 7, no. 1, pp. 1–7, 2021, [Online]. Available: <https://journal.nurulfikri.ac.id/index.php/JIT>
- [6] Y. E. Demilda, A. Arvianto, and Z. F. Rosyada, "Implementasi Software Odoo Dengan Menggunakan Modul Accounting, Inventory, Purchase, Dan Point of Sales Pada Toko Al Hikmah Mart (Ah Mart) Di Bogor Jawa Barat," 2022.
- [7] I. K. Suabdinagara, G. A. Ayu Putri, and I. M. S. Raharja, "Reengineering Proses Bisnis Toko Oleh-Oleh Menggunakan Enterprise Resource Planning Odoo 13 dengan User Acceptance Test sebagai Metode Pengujian Sistem," *JURNAL Media Informatika Budidarma*, vol. 5, no. 4, p. 1488, Oct. 2021, doi: [10.30865/mib.v5i4.3271](https://doi.org/10.30865/mib.v5i4.3271).
- [8] T. al Mudzakir and A. Bakar, "Desain dan Implementasi Customer Relationship Management Berbasis WEB (Studi Kasus:Toko Baju Ladya)," 2020.
- [9] R. D. Permatasari, N. F. Ariyani, and A. Munif, "Rancang bangun API untuk Odoo ERP Modul CRM (Customer Relationship Management)," *Jurnal Teknik ITS*, vol. 8, no. 2, 2019.
- [10] B. S. Nugroho, H. Utami, M. Ayuwardani, and N. Adie Setyawan, "Knowledge Sharing and Employee Performance: the mediating role of Organizational Learning," *Admisi dan Bisnis*, vol. 23, no. 2, pp. 155–164, 2022, doi: <http://dx.doi.org/10.32497/ab.v23i2.3786>.
- [11] B. S. Nugroho, "Human Resource Performance Improvement Model Design (Case Studi in the Biggest Central Java Automotive Company)," *Admisi dan Bisnis*, vol. 22, no. 1, pp. 47–60, 2021, doi: <http://dx.doi.org/10.32497/ab.v22i1.2489>.
- [12] K. Douglas Hoffman and John E.G. Bateson, *Services Marketing Concepts, Strategies, & Cases*. 2006.
- [13] B. S. Nugroho, G. N. Ardiana, G. N. Ramadhani, K. I. Pandugo, M. J. B. Gintings, and R. M. F. Akbar, "Reengineering Proses Bisnis UD. Multi Snack Menggunakan Enterprise Resource Planning Odoo," *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, vol. 6, no. 1, pp. 190–203, Feb. 2023, doi: <https://doi.org/10.37112/bisman.v6i1.2494>.
- [14] N. Suroija, M. Asrori, and B. S. Nugroho, "Strategi Pengembangan Ekowisata Dengan Model Pentahelix Pada Karang Jahe Beach Kab Rembang," May 2022, Accessed: May 12, 2022. [Online]. Available: <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/Sentrikom/article/view/3415>
- [15] N. Suroija, M. Asrori, B. S. Nugroho, and E. Sulistiyani, "Pentahelix Model For The Development Of Ecotourism Karang Ginger Beach Punjulharjo Village, Rembang Regency," *International Journal of Education, Business and Economics Research (IJEBER)*, vol. 2, no. 6, pp. 134–145, 2022, Accessed: Dec. 27, 2022. [Online]. Available: <http://ijeber.com/#>