

Perencanaan, Perancangan, dan Pelatihan Implementasi Sistem Odoo *Enterprise Resource Planning*

<http://doi.org/10.28932/jste.v2i2.14707>

Received: 1 Februari 2026 | Revised: 13 Mei 2026 | Accepted: 2 Juni 2026

Creative Commons License 4.0 (CC BY – NC)



Casyel Bersheba Limpele^{✉#1}, Sendy Ferdian Sujadi^{*2}

[#]*Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi dan Rekayasa Cerdas, Universitas Kristen
Maranatha*

Bandung, Jawa Barat 40164, Indonesia

¹2273033@maranatha.ac.id

^{*}*Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi dan Rekayasa Cerdas, Universitas Kristen
Maranatha*

Bandung, Jawa Barat 40164, Indonesia

²sendy.fs@it.maranatha.edu

✉ Corresponding author: 2273033@maranatha.ac.id

How to cite this article:

C. B. Limpele, S. F. Sujadi, “Planning, Design, and Training for Implementing the Odoo Enterprise Resource Planning System,” *Journal of Smart Technology and Engineering*, vol. 2, no. 2, pp. 151-164, 2026. <https://doi.org/10.28932/jste.v2i2.14707>

Abstrak — Implementasi Sistem Odoo *Enterprise Resource Planning* (ERP) memerlukan keselarasan yang kuat antara kebutuhan bisnis, perancangan proses, serta kesiapan pengguna agar konfigurasi antarmodul berjalan konsisten dan dapat diadopsi secara efektif. Paper ini memaparkan tahapan perencanaan, perancangan, dan pelatihan dalam studi kasus implementasi sistem Odoo ERP. Data penelitian dikumpulkan melalui observasi terhadap proses operasional, wawancara dan diskusi dengan para pemangku kepentingan, serta telaah dokumen terkait. Data tersebut kemudian dimodelkan ke dalam proses bisnis To-Be dan dipetakan terhadap kebutuhan sistem. Hasil penelitian berupa penyusunan *Business Requirement Document* (BRD), studi kelayakan, blueprint proses terintegrasi, rancangan konfigurasi awal modul yang mendukung alur kampanye digital hingga penjualan dan pencatatan keuangan, serta panduan operasional sebagai landasan pelatihan pengguna. Luaran ini berperan dalam meminimalkan risiko ketidaksesuaian konfigurasi antarmodul, memperjelas batasan dan ruang lingkup implementasi, serta meningkatkan tingkat kesiapan pengguna sebelum memasuki tahap eksekusi lanjutan.

Kata Kunci — Dokumen kebutuhan bisnis; Enterprise resource planning; Odoo; Pelatihan pengguna; Perancangan proses bisnis.

Planning, Design, and Training for Implementing the Odoo Enterprise Resource Planning System

Abstract — *Implementing the Odoo Enterprise Resource Planning (ERP) system requires strong alignment among business requirements, process design, and user readiness to ensure consistent cross-module configuration and effective adoption. This paper presents the planning, design, and training phases in a case study of an Odoo ERP system implementation.*

Research data were collected through observations of operational processes, interviews and discussions with stakeholders, and document reviews. The data were then modelled into To-Be business processes and mapped to system requirements. The results include the development of a Business Requirement Document (BRD) a feasibility study, an integrated process blueprint, an initial configuration design for modules supporting the flow from digital campaigns to sales and financial recording, as well as operational guidelines as the basis for user training. These deliverables help minimize the risk of cross-module configuration mismatches, clarify implementation boundaries and scope, and improve user readiness before proceeding to subsequent execution stages.

Keywords — Business requirement document; Business process design; Enterprise resource planning; Odoo; User training.

I. PENDAHULUAN

Enterprise Resource Planning (ERP) merupakan pendekatan sistem informasi terintegrasi yang menghubungkan proses lintas fungsi dalam organisasi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mendukung pengambilan keputusan berbasis data[1]. Dalam praktiknya, implementasi ERP tidak hanya berkaitan dengan pemasangan perangkat lunak, melainkan menuntut keselarasan antara kebutuhan bisnis, rancangan proses, serta kesiapan pengguna agar sistem dapat diadopsi secara efektif dan konsisten. Pada fase awal implementasi, kebutuhan bisnis yang belum terdokumentasi secara sistematis dapat memunculkan risiko ketidaksesuaian konfigurasi antarmodul, ketidaksiharasan antara proses target dan proses yang berjalan di sistem, serta hambatan adopsi karena perubahan cara kerja.

Odoo ERP merupakan salah satu platform ERP yang banyak digunakan karena menyediakan aplikasi bisnis yang bersifat modular dan terintegrasi antarfungsi, sehingga organisasi dapat mengaktifkan modul sesuai kebutuhan dan menghubungkannya dalam satu alur proses[2]. Namun, karakter modular dan fleksibel tersebut memerlukan perencanaan yang kuat. Kebutuhan harus dirumuskan dengan jelas, proses To-Be perlu dirancang dan divalidasi, serta pengguna perlu disiapkan melalui pelatihan agar implementasi tidak berhenti pada konfigurasi teknis saja. Dalam konteks implementasi, peran fungsional diperlukan untuk menjembatani kebutuhan bisnis dan konfigurasi sistem, termasuk aktivitas analisis kebutuhan, perancangan proses, konfigurasi, pengujian, dan pelatihan pengguna[2]. Paper ini difokuskan pada tiga tahap implementasi ERP, yaitu perencanaan, perancangan, dan pelatihan. Tahap-tahap tersebut menentukan kejelasan ruang lingkup, keselarasan rancangan proses dengan sistem, serta kesiapan adopsi pengguna sebelum implementasi dilanjutkan ke tahap eksekusi yang lebih luas.

Tujuan paper ini adalah memaparkan tahapan perencanaan, perancangan, dan pelatihan pada implementasi sistem Odoo ERP serta menyajikan artefak yang dihasilkan sebagai fondasi implementasi, meliputi dokumen kebutuhan, ringkasan kelayakan, pemetaan kebutuhan terhadap kapabilitas modul, rancangan proses *To-Be* berbasis BPMN yang dilengkapi flowchart untuk detail operasional, konfigurasi awal pada modul prioritas, serta panduan operasional sebagai materi pelatihan. Luaran tersebut diharapkan membantu menjaga konsistensi integrasi antarmodul, memperjelas batasan implementasi, dan meningkatkan kesiapan pengguna sebelum tahap *go-live*.

II. INSTANSI DAN DESKRIPSI PEKERJAAN

A. Profil Perusahaan

PT. X merupakan perusahaan pengembang sistem dan perangkat lunak yang berdiri pada Juni 2015 serta berperan sebagai mitra resmi Odoo[3]. Perusahaan ini berkomitmen menyediakan solusi teknologi untuk mendukung transformasi digital berbagai jenis bisnis, dengan fokus layanan pada pengembangan sistem informasi, aplikasi web dan mobile, serta implementasi ERP di berbagai sektor industri. PT. X menerapkan pendekatan kerja yang kolaboratif, memanfaatkan teknologi seperti Odoo ERP dan PostgreSQL, serta mendorong pembelajaran berkelanjutan melalui alokasi waktu kerja khusus untuk pengembangan kompetensi tim[3].

B. Deskripsi Pekerjaan dan Tanggung Jawab

Peran *Odoo Functional* di PT. X dikelompokkan ke dalam dua proyek. Project A yang berfokus pada perencanaan dan perancangan implementasi Odoo ERP pada klien, serta Project B berfokus pada penyusunan panduan pelatihan pengguna. Aktivitas utama meliputi:

1. Menganalisis proses bisnis klien untuk mengidentifikasi kebutuhan.
2. Membantu implementasi modul Odoo berdasarkan hasil analisis kebutuhan.
3. Melakukan pengujian fitur pada berbagai modul Odoo.
4. Berkoordinasi dengan Project Manager dan tim pengembang untuk membahas kebutuhan yang belum dapat dipenuhi oleh fitur standar.
5. Menyusun dokumentasi konfigurasi serta panduan pengguna
6. Berpartisipasi dalam rapat proyek untuk menyampaikan hasil analisis serta mendiskusikan opsi solusi

Dengan demikian, peran fungsional pada studi kasus ini menekankan keterpaduan antara kebutuhan bisnis klien, rancangan proses, dan kesiapan pengguna sebelum implementasi memasuki tahap eksekusi lanjutan.

III. LANDASAN TEORI

A. BPMN

Business Process Model and Notation (BPMN) merupakan standar pemodelan proses bisnis yang digunakan untuk menggambarkan, menganalisis, dan mengoptimalkan alur kerja organisasi secara sistematis dalam bentuk representasi visual[4]. BPMN membantu menyederhanakan proses yang kompleks menjadi model terstruktur sehingga lebih mudah dipahami lintas pemangku kepentingan dan dapat digunakan sebagai acuan perancangan serta implementasi sistem, termasuk ERP, agar solusi yang dibangun selaras dengan kebutuhan dan alur proses organisasi[4]. Pemodelan proses bisnis menggunakan BPMN dapat membantu organisasi memahami alur aktivitas, mengidentifikasi permasalahan proses, serta menyusun rekomendasi perbaikan proses secara lebih terarah[5]. Dalam konteks paper ini, BPMN digunakan untuk memodelkan proses bisnis *To-Be* pada level *end-to-end* lintas fungsi sebagai dasar perancangan integrasi antarmodul Odoo.

B. Flowchart

Flowchart berfungsi untuk memperkuat komunikasi dalam mendeskripsikan dan menganalisis permasalahan pemrosesan informasi melalui urutan langkah dan titik keputusan yang disajikan secara terstruktur[6]. Dibandingkan BPMN yang efektif untuk pemodelan *end-to-end*, flowchart lebih tepat digunakan untuk memperinci langkah kerja pada level operasional, terutama pada aktivitas yang memiliki percabangan keputusan, sehingga memudahkan validasi oleh pemangku kepentingan non-teknis dan mempermudah penurunan rancangan proses menjadi prosedur kerja serta materi pelatihan. Flowchart digunakan sebagai pendetail BPMN untuk memastikan rancangan proses *To-Be* tidak hanya jelas secara konseptual, tetapi juga siap dijalankan pada praktik operasional.

C. Enterprise Resource Planning

Enterprise Resource Planning (ERP) adalah sistem berbasis perangkat lunak yang mengintegrasikan proses-proses inti perusahaan dalam satu platform sehingga konsistensi pengelolaan data terjaga di seluruh unit organisasi[1]. Integrasi lintas fungsi ini membantu organisasi mengurangi fragmentasi informasi, meningkatkan efisiensi koordinasi, serta menyediakan data yang lebih andal untuk mendukung pengambilan keputusan. Implementasi ERP tidak hanya berfokus pada konfigurasi teknis, tetapi juga menuntut penyelarasan proses bisnis, pengelolaan perubahan organisasi, serta pengembangan kompetensi pengguna agar sistem dapat diadopsi secara efektif[7]. Karena itu, implementasi ERP umumnya dilakukan melalui fase terstruktur, termasuk perencanaan dan persiapan awal, perancangan/penyesuaian, pengujian, pelatihan pengguna, hingga *go-live* dan evaluasi.

D. Odoo ERP

Odoo merupakan rangkaian aplikasi bisnis yang bersifat modular dan terintegrasi, dirancang untuk mendukung kebutuhan organisasi seperti CRM, penjualan, pemasaran, persediaan, akuntansi, website, dan lainnya dalam satu sistem terpadu[8]. Karakter modular pada Odoo memungkinkan perusahaan mengaktifkan modul sesuai kebutuhan dan menghubungkannya dalam satu alur proses, sehingga fleksibel untuk berbagai skenario bisnis. Di sisi lain, fleksibilitas dan integrasi antar modul tersebut menuntut perumusan kebutuhan yang jelas serta perancangan proses To-Be yang terstruktur agar konfigurasi modul tetap konsisten dengan tujuan proses bisnis. Odoo juga mendukung penyesuaian dan pengembangan sesuai kebutuhan organisasi, sehingga tahap awal implementasi perlu menekankan kejelasan ruang lingkup, rancangan integrasi, serta kesiapan pengguna melalui dokumentasi dan pelatihan agar adopsi sistem berjalan efektif.

E. Modul-modul Odoo yang Diimplementasikan

a) Modul CRM

Modul CRM pada Odoo mendukung pengelolaan prospek melalui pipeline, otomatisasi pengayaan data prospek, serta pelaporan untuk membantu proyeksi penjualan yang lebih akurat[8]. CRM Odoo juga menyediakan kemudahan implementasi dan adaptabilitas modular sehingga dapat diterapkan pada berbagai skenario kebutuhan, termasuk penilaian prospek berbasis kriteria untuk memprioritaskan peluang. Penerapan modul CRM pada ERP berbasis Odoo dapat membantu pengelolaan data pelanggan, aktivitas tindak lanjut, serta peluang penjualan secara lebih terstruktur[9]. Dalam paper ini, fungsi CRM tersebut digunakan untuk mendukung alur konversi dari prospek hasil kampanye digital menjadi *opportunity* yang dapat ditindaklanjuti oleh bagian penjualan.

b) Modul Penjualan

Modul penjualan Odoo mengelola proses transaksi mulai dari pembuatan quotation hingga penerbitan invoice sehingga alur transaksi lebih terstruktur dan terdokumentasi[8]. Integrasi modul penjualan dengan modul operasional lain memperkuat konsistensi data transaksi dan menurunkan potensi kesalahan akibat pencatatan manual, sehingga proses dari prospek hingga transaksi dapat ditelusuri secara lebih jelas dalam sistem.

c) Modul Marketing Sosial

Modul marketing sosial mendukung pengelolaan dan pemantauan aktivitas pemasaran digital, termasuk pemantauan metrik media sosial seperti jumlah pengikut dan tingkat keterlibatan secara *real-time*[8]. Dalam implementasi yang memulai proses dari kanal digital, modul ini penting untuk menghubungkan aktivitas kampanye dengan pembentukan prospek yang selanjutnya dikelola pada CRM.

d) Modul Stok Persediaan

Modul stok persediaan mendukung pencatatan dan pemantauan pergerakan barang secara *real-time* sehingga jumlah stok pada berbagai lokasi mencerminkan kondisi aktual[8]. Modul ini juga memfasilitasi pengelolaan persediaan yang lebih terorganisir melalui pelacakan barang masuk dan keluar, serta pembaruan data yang akurat.

e) Modul Akuntansi

Modul akuntansi Odoo menyediakan otomatisasi aktivitas keuangan seperti pembuatan faktur, pengelolaan pembayaran, rekonsiliasi, hingga penyusunan laporan keuangan secara *real-time*[8]. Integrasi akuntansi dengan modul operasional memastikan transaksi yang berdampak finansial tercatat secara otomatis sehingga aliran data lintas fungsi lebih konsisten dan mudah diawasi. Implementasi proses akuntansi berbasis Odoo dapat membantu pengelolaan proses invoice, pembayaran, dan pencatatan transaksi keuangan secara lebih terintegrasi[10]. Dalam paper ini, fungsi akuntansi tersebut digunakan untuk mendukung alur penjualan yang berlanjut ke pencatatan invoice dan *payment* agar data transaksi tetap konsisten dengan proses operasional.

f) Modul Website

Modul website Odoo memudahkan pembuatan dan pengelolaan situs web melalui fitur yang mendukung desain, publikasi, dan pemeliharaan halaman tanpa memerlukan keahlian teknis yang mendalam[8]. Keberadaan modul website berperan sebagai titik awal interaksi digital, misalnya untuk menampilkan profil usaha, produk/layanan, dan sarana komunikasi yang diakses calon pelanggan. Implementasi modul Website pada Odoo dapat digunakan untuk menyajikan informasi usaha, produk, layanan, dan sarana komunikasi yang dapat diakses oleh calon pelanggan[11]. Dalam paper ini, modul Website berperan sebagai kanal awal untuk menangkap data calon pelanggan melalui *landing page* dan formulir sebelum data tersebut diteruskan ke CRM.

F. Peran Konsultan Fungsional dalam Implementasi Odoo ERP

Peran konsultan fungsional dalam implementasi ERP menekankan penyelarasan antara kebutuhan bisnis dan konfigurasi sistem agar alur kerja organisasi berjalan sesuai standar sistem yang diharapkan[12]. Konsultan fungsional bertanggung jawab menganalisis kebutuhan, merancang solusi, mengonfigurasi modul, serta mendampingi pengguna sehingga sistem tidak hanya terpasang secara teknis, tetapi benar-benar mendukung proses organisasi secara optimal. Aktivitas fungsional juga mencakup pemetaan proses aktual, analisis gap, perumusan proses To-Be sebagai acuan konfigurasi, penetapan kebutuhan laporan/indikator, pengujian, serta pelatihan dan pendampingan pengguna agar adaptasi berjalan efektif[13].

IV.HASIL PEKERJAAN

Bab ini memaparkan hasil pekerjaan magang yang dibagi menjadi dua proyek. Project A berfokus pada tahap awal implementasi Odoo ERP, yaitu perencanaan dan perancangan, termasuk eksplorasi modul, penyusunan BRD dan studi kelayakan, pemetaan kebutuhan terhadap modul, serta pemodelan proses To-Be hingga konfigurasi awal pada modul prioritas. Sementara itu, Project B berfokus pada penyiapan pelatihan melalui penyusunan panduan operasional sebagai materi pelatihan dan referensi pengguna.

A. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan menghasilkan artefak kebutuhan dan kelayakan yang menjadi fondasi sebelum perancangan proses dan konfigurasi dilakukan. Berdasarkan eksplorasi awal modul yang relevan, kebutuhan bisnis kemudian dirumuskan secara lebih terstruktur dalam *Business Requirement Document* (BRD) yang memuat konteks, tujuan, pemangku kepentingan, kebutuhan fungsional/nonfungsional, batasan, serta asumsi sebagai acuan implementasi. Tabel I menyajikan ringkasan kebutuhan bisnis yang dihimpun pada BRD. Pengelompokan kebutuhan membantu memperjelas ruang lingkup dan fokus implementasi, sekaligus memudahkan penurunan kebutuhan ke rancangan solusi pada tahap berikutnya.

TABEL I
 KEBUTUHAN BISNIS PADA BRD

No	Area Bisnis	Kebutuhan	Tujuan
1	<i>Digital Marketing</i>	Integrasi lintas platform (Instagram, TikTok, Facebook) ke Odoo Social dan Website Odoo	Konsolidasi aktivitas pemasaran dalam satu sistem ERP
2	<i>Website & lead capture</i>	Penggunaan website Odoo untuk landing page dan form, terhubung langsung ke CRM	Mengurangi ketergantungan pada website eksternal dan mempercepat alur leads
3	<i>Data Management</i>	Menarik data interaksi pengguna & form submission sebagai leads otomatis	Mempercepat proses konversi dari interaksi ke prospek
4	Analitik & CRM	Menyediakan laporan performa kampanye digital, sumber leads dan konversi hingga SO	Mendukung pengambilan keputusan berbasis data
5	Automasi proses	Otomatisasi aliran data antar	Efisiensi operasional dan respon

No	Area Bisnis	Kebutuhan	Tujuan
		modul (social/website → CRM → Penjualan → akuntansi)	cepat ke pelanggan
6	Keuangan	Pencatatan penjualan, DP, invoice final, payment & refund sesuai standar akuntansi	Laporan keuangan yang akurat dan dapat diaudit

Berdasarkan Tabel I, kebutuhan tidak hanya terfokus pada satu fungsi, tetapi mencakup alur end-to-end dari akuisisi prospek hingga pencatatan transaksi. Hal ini menegaskan bahwa perencanaan diarahkan untuk menjaga konsistensi integrasi antarmodul sejak awal, sehingga risiko ketidaksesuaian konfigurasi akibat kebutuhan yang tidak terdefinisi dapat diminimalkan.

Untuk memastikan rancangan yang disusun realistis, dilakukan kajian kelayakan implementasi yang mempertimbangkan aspek teknis, operasional, kepatuhan, dan waktu pelaksanaan. Ringkasan kajian tersebut ditampilkan pada Tabel II.

TABEL III
 RINGKASAN KELAYAKAN IMPLEMENTASI

Aspek	Deskripsi	Status Kelayakan
Teknis	Modul inti Odoo mendukung proses <i>end-to-end</i> ; TikTok bisa diintegrasikan via connector pihak ketiga dengan lisensi one-time	Layak dengan penyesuaian
Operasional	Proses baru sejalan dengan cara kerja tim <i>marketing, Sales & Finance</i> , didukung <i>training</i> dan <i>blueprint</i>	Layak
Ekonomis	Biaya implementasi + connector dibandingkan manfaat (efisiensi + peningkatan konversi) masih wajar; ROI diperkirakan 6-12 bulan	Layak dengan penyesuaian
Hukum/Kepatuhan	Menggunakan API resmi dan pengelolaan data yang aman; perlu monitor perubahan aturan TikTok/Meta	Layak dengan penyesuaian
Waktu	Implementasi ±12 minggu, tergantung kompleksitas add-on dan partisipasi user	Layak dengan penyesuaian

Tabel II berfungsi sebagai pembatas ruang lingkup karena keputusan implementasi tidak hanya mempertimbangkan kecocokan fitur, tetapi juga kesiapan teknis, operasional, dan waktu pelaksanaan. Dengan adanya ringkasan kelayakan, rancangan solusi dapat difokuskan pada modul dan integrasi yang paling berdampak, sehingga tahap konfigurasi awal lebih terarah dan dapat diuji secara bertahap.

B. Pemetaan Kebutuhan ke Modul dan Rancangan Solusi

Kebutuhan yang telah didefinisikan pada BRD dipetakan terhadap kapabilitas modul Odoo beserta implikasinya terhadap rancangan solusi. Pemetaan ini memastikan keterlacakan kebutuhan, modul, dan rancangan, sehingga setiap kebutuhan memiliki acuan rancangan yang jelas dan konsisten.

Tabel III menampilkan pemetaan kebutuhan bisnis terhadap modul Odoo dan rancangan solusi yang diusulkan. Pemetaan ini membangun integrasi antarmodul berbasis kebutuhan, sehingga mengurangi risiko *mismatch* pada saat rancangan proses diterjemahkan menjadi konfigurasi sistem.

TABEL IIIII
 PEMETAAN KEBUTUHAN BISNIS TERHADAP KAPABILITAS MODUL DAN RANCANGAN SOLUSI ODOO ERP

No	Kebutuhan Bisnis Project A	Kapabilitas Modul Sistem Odoo ERP	Implikasi terhadap Rancangan
1	Aktivitas pemasaran digital berlangsung di beberapa platform dan perlu dikelola secara terpusat.	Modul <i>Marketing Sosial</i> menghubungkan akun media sosial, menjadwalkan konten, dan memantau interaksi kampanye	Proses kampanye digital dirancang terpusat pada modul <i>Marketing Sosial</i> , dengan hasil interaksi menjadi salah satu sumber data untuk pembentukan prospek di modul CRM
2	Diperlukan sarana <i>landing page</i> dan formulir untuk menangkap data calon pelanggan dari kanal digital.	Modul <i>Website</i> menyediakan halaman kampanye dan formulir yang dapat dihubungkan langsung ke modul CRM	Setiap pengisian formulir pada <i>website</i> dirancang secara otomatis menghasilkan <i>prospek</i> baru di modul CRM dengan atribut sumber yang jelas.
3	Data pelanggan potensial perlu dicatat dan dikelola secara terstruktur, termasuk sumber <i>prospek</i> dan status kualifikasi.	Modul CRM mengelola <i>prospek</i> dan <i>opportunity</i> dalam bentuk <i>pipeline</i> dan memungkinkan penambahan <i>field</i> seperti sumber <i>prospek</i> , proyek, dan nilai estimasi.	<i>Pipeline</i> modul CRM dirancang dengan tahapan yang jelas dan dilengkapi <i>field</i> tambahan untuk mendukung analisis asal-usul <i>prospek</i> , status kualifikasi, dan prioritas tindak lanjut.
4	Kegiatan penjualan memerlukan pengelolaan penawaran dan pesanan penjualan yang terhubung dengan peluang di modul CRM	Modul Penjualan mendukung pembuatan <i>quotation</i> dari <i>opportunity</i> dan konversi <i>quotation</i> menjadi <i>Sales order</i>	Alur peluang yang telah memenuhi kriteria diarahkan untuk diteruskan menjadi <i>quotation</i> dan kemudian <i>Sales Order</i> melalui modul Penjualan, dengan keterkaitan yang tetap terjaga terhadap data di modul CRM.
5	Uang muka dan pelunasan transaksi penjualan perlu dicatat secara konsisten di laporan keuangan.	Modul Akuntansi menyediakan fitur <i>invoice</i> , termin pembayaran, dan akun seperti piutang usaha dan uang muka penjualan.	Rancangan proses penjualan mencakup skema <i>invoice</i> uang muka dan pelunasan yang terhubung dengan akun-akun terkait di modul Akuntansi, sehingga pencatatan laporan keuangan mengikuti alur bisnis yang telah ditetapkan.
6	Manajemen membutuhkan laporan yang menghubungkan aktivitas pemasaran dengan hasil penjualan dan penerimaan kas.	Kombinasi modul <i>Marketing Sosial</i> , <i>Website</i> , CRM, Penjualan, dan Akuntansi memungkinkan alur data terintegrasi dari kampanye hingga transaksi dan	Data dari seluruh modul dirancang mengalir secara berjenjang sehingga dapat dimanfaatkan untuk penyusunan laporan dan <i>dashboard</i> manajerial yang

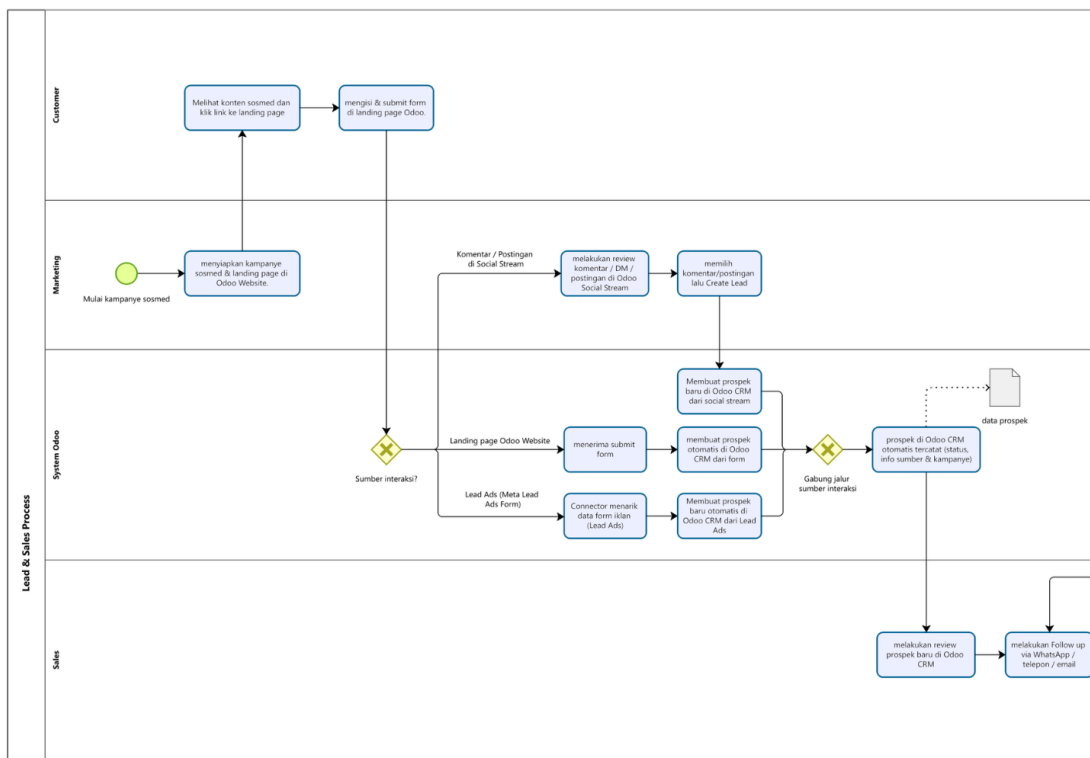
No	Kebutuhan Bisnis Project A	Kapabilitas Modul Sistem Odoo ERP	Implikasi terhadap Rancangan
		pembayaran	menghubungkan aktivitas pemasaran, konversi <i>prospek</i> , penjualan, dan penerimaan kas

Berdasarkan tabel III, kebutuhan dapat diturunkan menjadi rancangan integrasi lintas modul, misalnya dari kanal akuisisi prospek menuju CRM, dilanjutkan proses penjualan hingga pencatatan akuntansi. Nilai utama pemetaan ini adalah menjaga konsistensi antar artefak. Kebutuhan pada BRD menjadi dasar pemodelan proses To-Be, sekaligus menjadi rujukan ketika konfigurasi awal dilakukan.

C. Tahap Perancangan

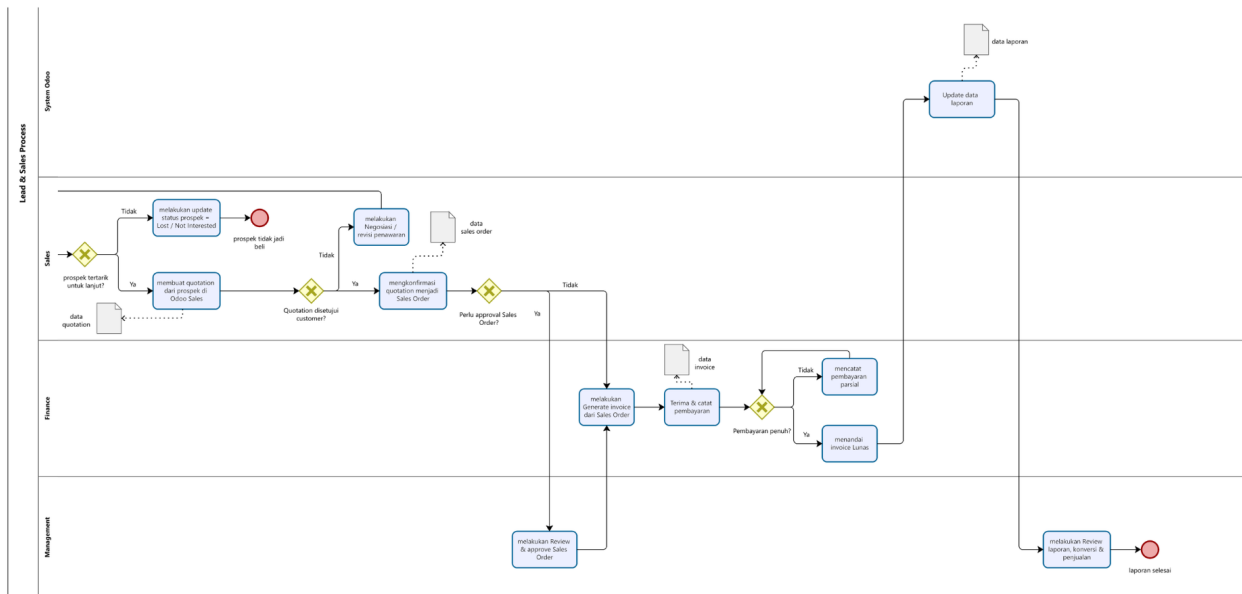
Tahap perancangan menurunkan hasil pemetaan menjadi rancangan proses bisnis *To-Be* dan blueprint proses terintegrasi sebagai acuan implementasi. BPMN digunakan untuk memodelkan alur *end-to-end* lintas fungsi sehingga keterhubungan aktivitas dan integrasi antarmodul dapat dipahami sebagai satu kesatuan proses. Namun, karena BPMN berada pada level end-to-end, penelitian melengkapinya dengan flowchart untuk menjelaskan langkah operasional dan titik keputusan secara lebih rinci agar mudah divalidasi oleh pemangku kepentingan non-teknis dan siap diturunkan menjadi prosedur kerja.

Untuk meningkatkan keterbacaan, diagram alur proses bisnis To-Be end-to-end disajikan ke dalam dua bagian yang berurutan. Gambar 1(a) menampilkan alur akuisisi prospek hingga follow-up CRM, sedangkan Gambar 1(b) menampilkan kelanjutan proses dari quotation hingga invoice, payment, dan pelaporan.



Gambar 1(a). Diagram Alur Proses Bisnis (To-Be) Bagian 1: Akuisisi Prospek hingga *Follow-Up* CRM.

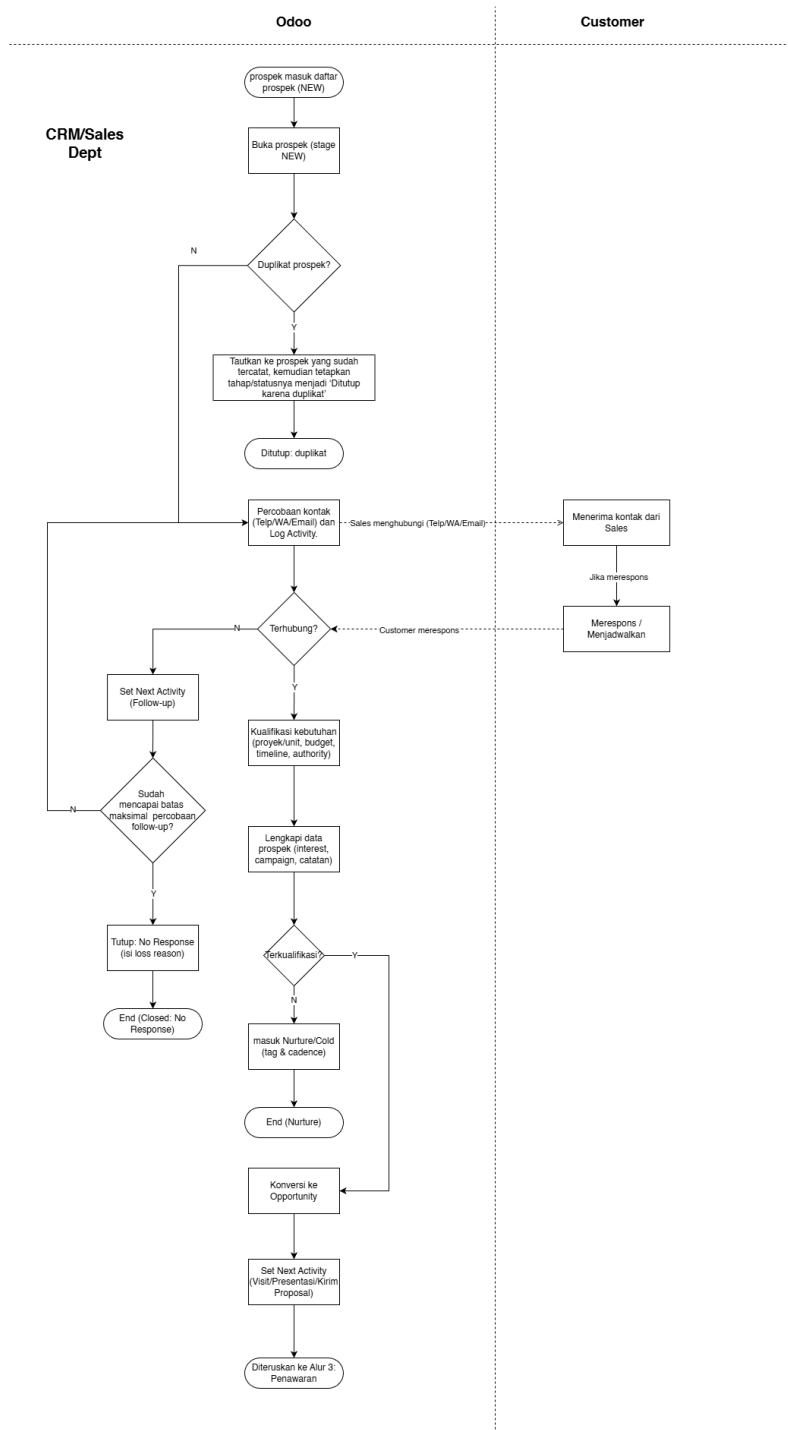
Gambar 1(a) memperlihatkan bagian awal proses To-Be, dimulai dari aktivitas pemasaran digital dan website sebagai kanal akuisisi prospek hingga prospek tercatat pada Odoo CRM. Bagian ini menunjukkan bagaimana interaksi calon pelanggan dikonsolidasikan menjadi data prospek yang kemudian ditinjau dan ditindaklanjuti oleh tim sales.



Gambar 1(b). Diagram Alur Proses Bisnis (To-Be) Bagian 2: *Quotation, Sales Order, Invoice, Payment, dan Pelaporan.*

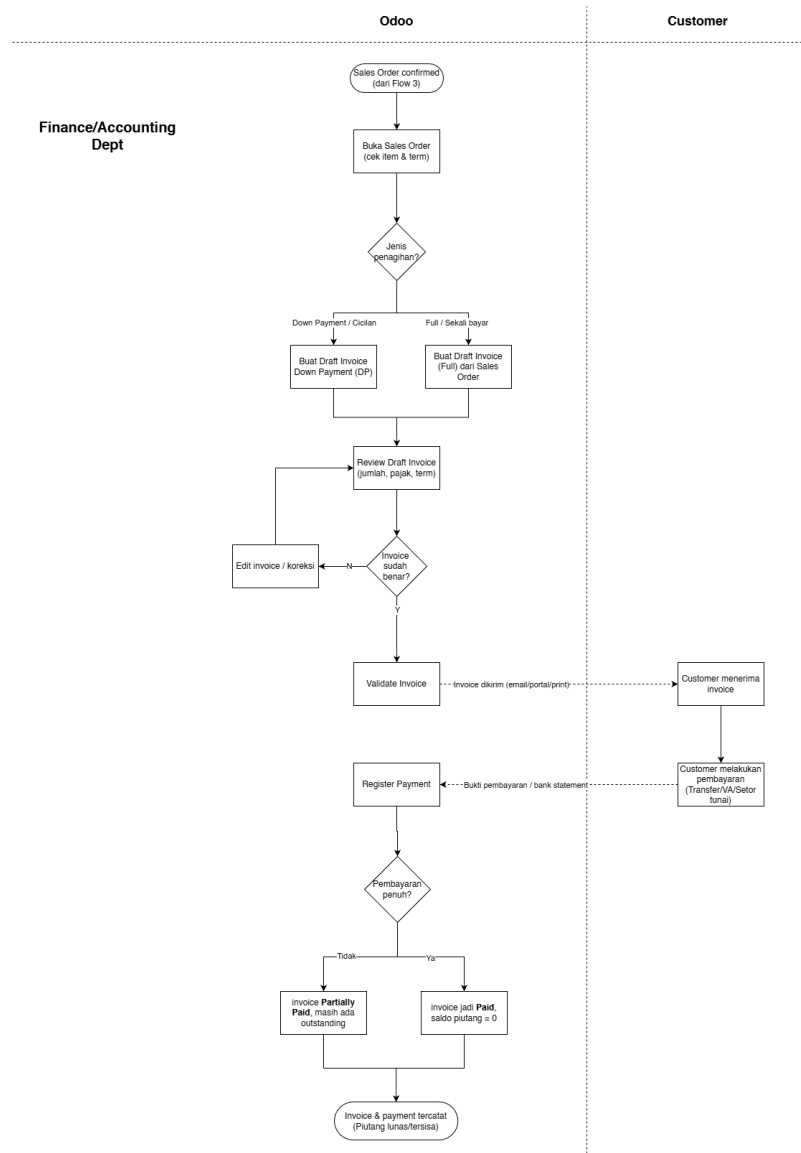
Gambar 1(b) memperlihatkan kelanjutan proses setelah prospek ditindaklanjuti, yaitu pengambilan keputusan untuk melanjutkan ke quotation, konfirmasi quotation, pembentukan Sales Order, pembuatan invoice, pencatatan payment, hingga pembaruan laporan. Bagian ini memperjelas integrasi antara CRM, Penjualan, Akuntansi, dan pelaporan manajemen dalam satu alur proses end-to-end.

Untuk memperinci proses pada level operasional, flowchart disusun ke dalam beberapa alur bisnis yang mencakup *Prospek Intake, Prospek Qualification dan Follow-Up, Quotation* menjadi *Sales Order, Invoice dan Payment, serta Cancellation/Refund.* Pada paper ini, dua flowchart yang paling representatif ditampilkan untuk menunjukkan detail keputusan dan kesiapan operasional.



Gambar 2. Flowchart *Prospek Qualification* dan *Follow-Up*

Gambar 2 memperlihatkan detail proses kualifikasi prospek setelah data prospek tercatat pada Odoo CRM. Flowchart ini menampilkan tahapan review prospek, tindak lanjut melalui WhatsApp, telepon, atau email, keputusan ketertarikan prospek, serta perubahan status prospek menjadi *opportunity* atau *lost/not interested*. Detail ini membantu memperjelas titik keputusan operasional yang perlu dilakukan oleh tim sales dalam menjaga kualitas pipeline CRM.

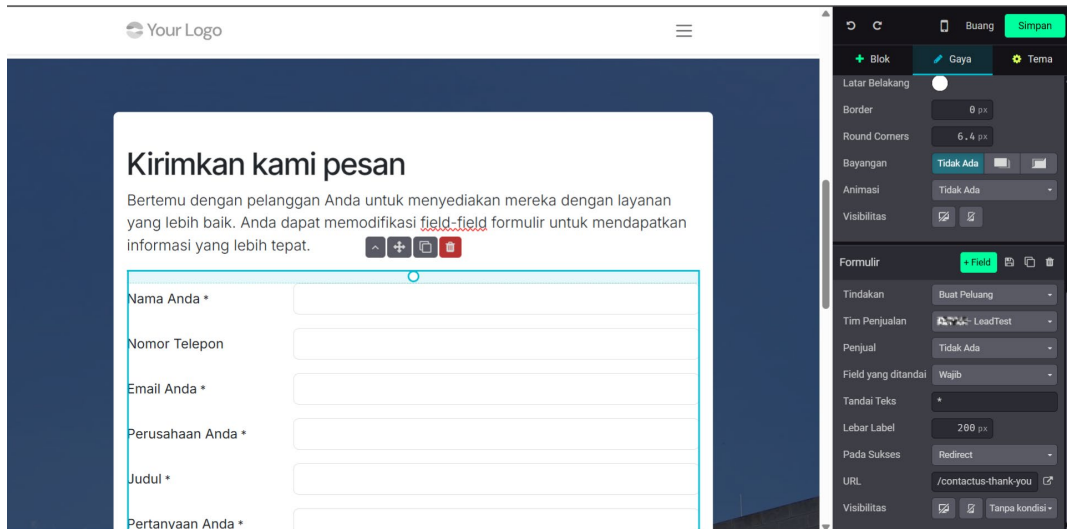


Gambar 3. Flowchart Invoice dan Payment

Gambar 3 memperlihatkan detail proses *invoice* dan *payment* setelah *Sales Order* terbentuk. *Flowchart* ini menampilkan tahapan pembuatan *invoice* dari *Sales Order*, pencatatan pembayaran, pemeriksaan status pembayaran, serta penanganan kondisi pembayaran penuh maupun parsial. Detail ini memperjelas keterhubungan proses penjualan dan akuntansi sehingga pencatatan transaksi dapat dilakukan secara konsisten sesuai alur operasional.

D. Konfigurasi Awal pada Sistem Odoo ERP

Rancangan mulai diwujudkan melalui konfigurasi awal pada Odoo untuk memvalidasi keterhubungan proses dan data antarmodul. Konfigurasi awal mencakup penyusunan sarana akuisisi prospek, misalnya formulir pada *landing page*, pengaturan kanal kampanye, serta pengaturan pipeline CRM agar alur prospek dapat mengalir sesuai rancangan *To-Be*.

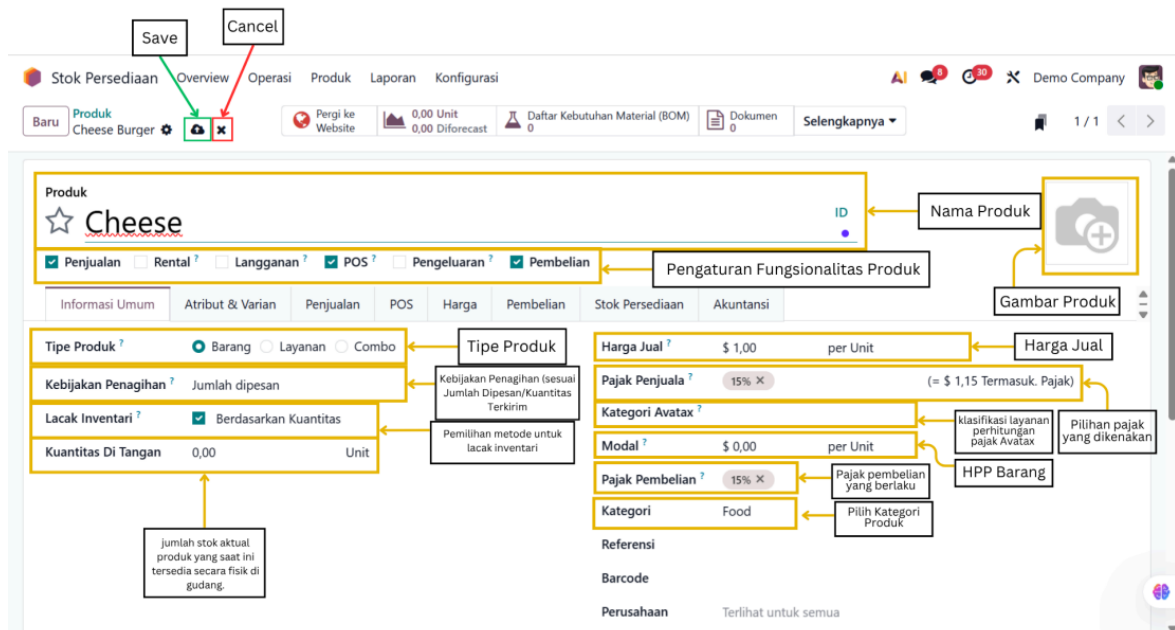


Gambar 4. Konfigurasi Formulir Landing Page untuk Pencatatan Prospek ke CRM

Gambar 4 menunjukkan contoh konfigurasi formulir pada landing page yang digunakan untuk menangkap data calon pelanggan. Konfigurasi ini menjadi bagian dari validasi awal integrasi Website dan CRM karena data yang diisi melalui formulir dirancang agar dapat diteruskan menjadi prospek pada Odoo CRM.

E. Tahap Pelatihan

Tahap pelatihan menghasilkan panduan operasional dan materi pelatihan yang menjembatani rancangan solusi dengan praktik penggunaan oleh pengguna akhir. Materi disusun secara prosedural agar pengguna memiliki pegangan yang konsisten dalam menjalankan aktivitas di Odoo. Dengan demikian, pelatihan mendukung kesiapan adopsi dan mengurangi risiko kesalahan penggunaan saat implementasi dilanjutkan.



Catatan: Pastikan Penjualan, POS, Pembelian, dan Lacak Inventori tercentang.

Gambar 5. Contoh Panduan Operasional sebagai Materi Pelatihan Pengguna

Gambar 5 menunjukkan contoh panduan operasional yang disusun sebagai materi pelatihan pengguna. Panduan ini berfungsi untuk membantu pengguna mengikuti langkah kerja secara konsisten, sehingga rancangan proses yang telah dibuat dapat diterapkan dalam penggunaan sistem sehari-hari.

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pekerjaan dan pembahasan, kegiatan magang sebagai Odoo Functional terbagi ke dalam dua proyek dengan fokus yang berbeda. Pada Project A, pekerjaan difokuskan pada tahap perencanaan dan perancangan sistem Odoo ERP yang menghasilkan artefak BRD, studi kelayakan untuk merumuskan kebutuhan serta menilai kelayakan dari aspek teknis, operasional, finansial, dan waktu. Tahap perancangan Project A menghasilkan pemetaan kebutuhan bisnis ke kapabilitas modul Odoo, rancangan proses bisnis To-Be berbasis BPMN, serta rancangan integrasi alur dari aktivitas kampanye digital hingga terbentuknya *Sales Order*. Rancangan tersebut mulai diwujudkan melalui konfigurasi awal pada modul marketing sosial, CRM, dan penjualan, sehingga alur marketing, CRM, dan penjualan telah terepresentasi secara nyata di lingkungan Odoo. Pada Project B, pekerjaan difokuskan pada tahap pelatihan melalui penyusunan panduan operasional yang bersifat praktis sebagai bahan pelatihan maupun referensi mandiri bagi pengguna. Panduan disusun untuk mendukung skenario pengelolaan produk dan persediaan dengan keterkaitan lintas modul, sehingga tersedia materi yang sistematis untuk membantu kesiapan pengguna akhir. Secara keseluruhan, luaran Project A dan Project B menunjukkan bahwa fondasi implementasi telah dibangun melalui dokumen analitis, rancangan proses, konfigurasi awal serta materi pelatihan sebagai bekal sebelum tahap *go-live*. Untuk pengembangan selanjutnya, penelitian dapat dilanjutkan ke tahap implementasi penuh meliputi migrasi data, pengujian penerimaan pengguna (UAT), serta evaluasi pasca *go-live* untuk perbaikan berkelanjutan.

B. Saran

Sebagai tindak lanjut Project A, disarankan dilakukan tahap eksekusi implementasi secara bertahap yang mencakup perluasan konfigurasi sesuai prioritas, migrasi dan pembersihan data, serta pengujian terstruktur untuk memvalidasi kesesuaian proses dan integrasi antarmodul sebelum *go-live*. Untuk Project B, disarankan materi panduan yang telah disusun dilengkapi dengan rencana pelatihan terjadwal berbasis peran, sesi praktik menggunakan data contoh, serta mekanisme evaluasi agar tingkat adopsi dan konsistensi penggunaan sistem dapat terukur dan meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak perusahaan tempat pelaksanaan penelitian atas dukungan data, kesempatan observasi, serta fasilitasi diskusi selama kegiatan berlangsung. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh tim yang terlibat atas arahan teknis, masukan, dan pendampingan selama penyusunan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] W.-H. Tsai, S.-P. Chen, E. T. Y. Hwang, and J.-L. Hsu, "A Study of the Impact of Business Process on the ERP System Effectiveness," *Int. J. Bus. Manag.*, vol. 5, no. 9, pp. 26–37, 2010, doi: 10.5539/ijbm.v5n9p26.
- [2] I. F. Setiawan, T. Siswanto, and D. Sugiarto, "Implementation Enterprise Resource Planning (ERP) ODOO Version 15.0 Manufacturing Module at CV. Razzaq Berkah Mulia," *Intelmatix*, vol. 4, no. 2, pp. 85–95, 2024, doi: 10.25105/v4i2.21073.
- [3] C. Studio, "Company Profile Innovative, Intelligent & Creative Studio (i2C Studio)," 2025.
- [4] W. Abiyus, M. Randi, R. A. Hia, R. Muhammad, S. Alexandro, and E. Simanjuntak, "PEMODELAN PROSES BISNIS DENGAN BUSINESS PROCESS MANAGEMENT NOTATION (BPMN) PADA PROSES ADMINISTRASI PRODI BISNIS DIGITAL FAKULTAS ILMU KOMPUTER UNIVERSITAS LANCANG KUNING," 2025.
- [5] A. Dwi, P. Mahardika, I. Kadek, and D. Nuryana, "Business Process Analysis and Modelling Using the Business Process Model Notation (BPMN) Method (Case Study: Percetakan Simo Jaya)," *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, vol. 6, no. 3, pp. 307–319, 2025, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/>
- [6] N. Bureau, "Federal Information Processing Standards Publication: flowchart symbols and their usage in information processing," 1970.
- [7] J. P. Laudon, Kenneth C., Laudon, *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. Pearson, 2018.
- [8] O. S.A., "Odoo Documentation," Odoo S.A. Accessed: Nov. 10, 2025. [Online]. Available: <https://www.odoo.com/documentation>

- [9] A. Rahmatila, R. W. Emmanuel, D. R. Randi, and Y. P. Adriansyah, “Penerapan Enterprise Resource Planning Berbasis Odoo pada Modul CRM (Studi Kasus UMKM Credeva),” 2022.
- [10] M. R. A. Vadsya, W. Witjaksono, and W. Puspitasari, “Implementation of ERP Accounting Process Based on Odoo Using Quick Start Method at XYZ Company,” 2023, pp. 16–27. doi: 10.2991/978-94-6463-340-5_3.
- [11] P. L. Agustiningsih and E. Sulaeman, “Implementasi Modul Website Menggunakan Enterprise Resource Planning (ERP) Aplikasi Odoo pada UMKM XYZ.”
- [12] M. A. Firmanto, E. Kurniawan, and M. S. Wafa, “Implementasi Sistem Enterprise Resource Planning Berbasis Odoo untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional di Toko Buana Elektronik,” vol. 8, no. April, pp. 1–13, 2024.
- [13] S. Jauhara, “ERP Consultant: Apa Saja Peran dan Tanggung Jawabnya?,” Total ERP. Accessed: Nov. 12, 2025. [Online]. Available: <https://www.total-erp.com/blog/erp-consultant/>