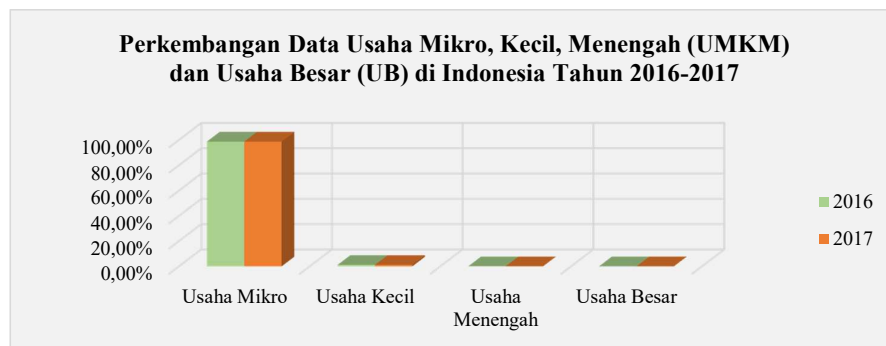


Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Teknologi informasi telah menjadi bagian utama dalam strategi bisnis yang banyak bersaing pada dunia usahanya. Perancangan teknologi diseluruh perusahaan memungkinkan pengguna informasi saat ini didalam perusahaan memiliki akses bahwa informasi yang dibutuhkan secara tepat waktu dan mengambil keputusan yang secara tepat (Akbar, Juliastrioza, & Arici, 2015).

Semakin ketatnya kompetisi antara Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dan perusahaan besar, maka UKM akan mencari keunggulan kompetitif yang dapat membantu dalam meminimalkan biaya dan memaksimalkan keuntungan. Namun, tantangan global yang pada saat ini tidak memungkinkan UKM untuk memiliki kondisi tersebut dikarenakan persaingan yang semakin ketat dan UKM seharusnya mulai menyiapkan dengan aplikasi yang cukup mendukung untuk pertumbuhan bisnis dalam menghadapi kompetisi global (Saputro, Handayani, Hidayanto, & Budi, 2016). Berdasarkan data dari Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia pada tahun 2016 terdapat 61.651.177 unit usaha yang ada di Indonesia, diantaranya yaitu 60.863.578 unit (98,71%) Usaha Mikro, 737.047 unit (1,19%) Usaha Kecil, 56.651 unit (0,09%) Usaha Menengah, dan 5.370 unit (0,01%) Usaha Besar. Sedangkan, pada tahun 2017 terdapat 62.922.617 unit usaha, diantaranya yaitu 62.106.900 unit (98,70%) Usaha Mikro, 757.090 unit (1,20%) Usaha Kecil, 58.627 unit (0,09%) Usaha Menengah, dan 5.460 unit (0,01%) Usaha Besar. Terjadinya penambahan angka peningkatan UKM pada setiap tahunnya di Indonesia (UKM, 2018).



Gambar I.1 Perkembangan Data Usaha di Indonesia Tahun 2016-2017

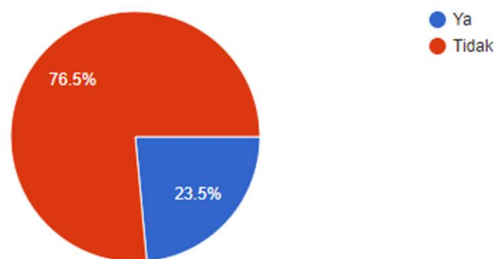
Didalam UKM banyak faktor yang dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan dari suatu UKM. Ada beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi kegagalan UKM, seperti penjualan barang dengan tidak adanya sistem yang dapat dijadikan sebagai standar dalam mendukung kinerja proses bisnis dalam UKM.

Penerapan sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) dalam perusahaan merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas sistem informasinya. Hal ini dikarenakan ERP merupakan bagian dari infrastruktur perusahaan yang dapat menunjang kelancaran proses bisnis perusahaan yang menerapkannya (Akbar, Juliastrioza, & Arici, 2015). Aplikasi ERP dapat menjadi salah satu solusi untuk membantu UKM dalam merancang dan menerapkan proses bisnisnya. Memanfaatkan aplikasi ERP, UKM dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan performa bisnis seperti peningkatan layanan konsumen, mengurangi *lead time*, dan lain sebagainya. Aplikasi ERP dapat memudahkan dan memfasilitasi interaksi yang kuat antara bagian produksi, penjualan, keuangan, dan pemasaran. Dengan menggunakan aplikasi ERP, UKM terbantu dalam perkembangan bagaimana proses bisnis yang berbeda-beda dapat dirancang dan berdampak satu sama lain dalam proses bisnis (Saputro, Handayani, Hidayanto, & Budi, 2016).

Sales pada Odoo memiliki proses yang dimulai dengan pembuatan *quotation* yang merupakan bentuk penawaran kepada calon *customer* yang akan membeli produk, proses selanjutnya adalah *sales order* yang merupakan bentuk pesanan *customer* yang telah dikonfirmasi, dan proses terakhir adalah proses pengiriman barang atau *delivery order*, semua proses diatas akan dapat terintegrasi satu sama lain.

Penjualan barang yang dilakukan tanpa melihat proses dan pemantauan penjualan yang dilakukan dalam beberapa UKM merupakan salah satu faktor yang menjadi keberhasilan atau kegagalan suatu UKM. Sehingga untuk menyelesaikan permasalahan diatas, maka akan diusulkan fitur *smart* pada UKM yaitu pemantauan penjualan barang yaitu dengan menggunakan *sales channels* yang berfungsi untuk mengontrol indikator penjualan yang dilakukan pada UKM yang saling terkait, baik penjualan secara *online* (*website*) ataupun penjualan pada UKM cabang.

Pada proses perancangan sistem *Smart* UKM yang berfokus pada penjualan (*sales*) didalam UKM. Gambar dibawah ini menunjukkan hasil kuesioner yang peneliti lakukan kepada responden sebagai pelaku bisnis UKM, seperti pemilik UKM, *supplier*, *distributor* *retailer*, serta entitas lain yang berhubungan dengan UKM lainnya dan diperoleh data sejumlah 102 responden dengan hasil 76,5% belum menerapkan sistem *sales channels* (melihat distribusi penjualan) pada proses penjualan barang yang terdapat pada UKM. Jadi hasil kuesioner menyatakan bahwa fitur *sales channels* sangat dibutuhkan untuk mempermudah kegiatan penjualan yang terdapat pada UKM.



Gambar I.2 Diagram Lingkaran Penerapan Sistem *Sales Channels* pada Proses Penjualan

Perancangan sistem *Smart* UKM menggunakan modul *Sales Management* dengan penerapan pada sistem ERP. Pembuatan rancangan model sistem untuk mempermudah dalam integrasi kebutuhan antar pelaku UKM agar proses bisnisnya dapat berjalan sesuai dengan permasalahan yang dialami dalam penjualan barang. Perancangan ini membantu interaksi antara pelaku UKM dalam memproses proses bisnisnya dan diharapkan dari proses bisnis usulan ini menjadi standarisasi untuk UKM dalam kegiatan penjualan barang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode SOA (*Service Oriented Architecture*) yang digunakan dengan tujuan untuk membuat rancangan pada pemodelan proses bisnis dan layanan (*service*) pada penjualan didalam UKM.

Hasil dari penelitian ini adalah sebuah rancangan sistem *Smart* UKM berbasis sistem ERP pada modul *sales management* dengan menggunakan metode SOA dan telah disesuaikan dengan kebutuhan bisnis dalam penjualan pada UKM untuk dapat dijadikan sebagai *standard* dan *best practice* dalam kegiatan penjualan barang pada UKM yang ada di Indonesia.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara merancang sistem *Smart* UKM berbasis sistem ERP *Open Source* dengan metode SOA yang sesuai dengan kebutuhan UKM terhadap proses penjualan barang?
2. Bagaimana cara merancang sistem *Smart* UKM berbasis ERP *Open Source* yang saling terintegrasi yang menunjang sistem pengelolaan data yang *realtime*?
3. Bagaimana cara menerapkan fitur *sales channels* dalam modul *sales management* pada Odoo?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang sistem *Smart* UKM berbasis sistem ERP *Open Source* dengan metode SOA yang sesuai dengan kebutuhan UKM terhadap proses penjualan barang.
2. Merancang sistem *Smart* UKM berbasis ERP *Open Source* yang saling terintegrasi yang menunjang sistem pengelolaan data yang *realtime*.
3. Menerapkan fitur *sales channels* dalam modul *sales management* pada Odoo.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian secara umum ada dua yakni bagi pihak UKM dan pihak akademis, diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat bagi pihak UKM adalah:
 - a. Terciptanya sistem *Smart* UKM sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan pada proses penjualan barang serta *sales channels*.
 - b. Terciptanya suatu standar terhadap penjualan barang pada UKM dan sebuah dokumen *blueprint* sebagai *best practice* yang dapat mempermudah UKM dalam mengelola penjualan barang.
 - c. Terciptanya sistem yang dapat mengelola proses bisnis pada UKM secara lebih terstruktur dan penyimpanan data secara *realtime*.

- d. Adanya fitur *smart* yang dapat membantu proses bisnis penjualan barang UKM sehingga kegiatan penjualan dapat berjalan secara otomatis dan sistematis.
2. Manfaat bagi pihak akademis adalah:
 - a. Dapat menjadi model atau gambaran dalam pengembangan sistem ERP pada proses *sales* bagi perusahaan dengan jenis perusahaan UKM.
 - b. Sebagai bahan pembelajaran mengenai sistem ERP modul *sales management* bagi mahasiswa kedepannya.

I.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan dalam bentuk perancangan sistem ERP yang dibuat hanya untuk mendukung proses bisnis *sales* pada UKM.
2. Penelitian dilakukan dalam bentuk perancangan yang dilakukan berdasarkan *business flow process* yang telah disesuaikan dengan kebutuhan bisnis penjualan UKM.
3. Perancangan sistem ini dilakukan untuk memenuhi segmentasi pasar UKM diseluruh Indonesia.
4. Perancangan yang dilakukan hanya membahas integrasi data dan fitur *sales channels* pada Odoo.
5. Penelitian ini dilakukan hanya sampai tahap *prototype* pada tahap *deployment* dengan menggunakan metode SOA.
6. Penelitian ini tidak membahas biaya yang dibutuhkan dalam melakukan perancangan sistem ERP.
7. Penelitian ini tidak membahas keuntungan dari perancangan sistem yang dibuat.
8. Penelitian ini tidak membahas keamanan yang terdapat pada sistem aplikasi yang dibuat.
9. Sistem ini dirancang untuk dijadikan sebagai *standard* dan *best practice* pada proses penjualan pada UKM.

I.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penelitian yang digunakan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini berisikan mengenai penjelasan teori atau gagasan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, metode yang digunakan, dan studi literatur guna menunjang pelaksanaan penelitian. Teori-teori yang akan dijelaskan meliputi dari konsep ERP, aplikasi Odoo, metode *Service Oriented Architecture* (SOA), proses bisnis, dan *User Acceptance Test* (UAT).

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisikan mengenai langkah-langkah penelitian yang sesuai dengan metode yang digunakan meliputi model konseptual dan sistematika penelitian. Metode konseptual menjelaskan tentang variabel-variabel yang digunakan untuk metode yang dilakukan. Sedangkan sistematika penelitian berisikan tentang penjelasan masalah yang menggambarkan langkah-langkah dari penelitian yang dilakukan sesuai dengan metode *Service Oriented Architecture* (SOA).

Bab IV Analisis dan Perancangan

Bab ini berisikan analisis perancangan proses bisnis dari aktivitas-aktivitas yang terjadi dalam proses perancangan penjualan barang, hasil rancangan proses bisnis, serta analisis GAP.

Bab V Prototipe dan Pengujian

Bab ini berisikan konfigurasi pada sistem penjualan Odoo, rancangan aplikasi berdasarkan proses bisnis yang dibuat, dan *user*

acceptance test (UAT) sebagai bentuk pengujian dari sistem yang telah dibuat.

Bab VI

Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan kesimpulan serta saran yang didapatkan dari penelitian ini sehingga dapat dipergunakan untuk penelitian selanjutnya.