

Pendampingan Implementasi Odoo untuk Pengelolaan E-Commerce Berbasis Entrepreneurship pada UMKM

Aggi Panigoro Sarifiyono¹, Ratih Hadiani², Fitriyani³, Kurnia⁴,

^{1,2,3,4}Manajemen, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia, Indonesia

aggipanigoro@unibi.ac.id

Received : Mar' 2026 Revised : Apr' 2026 Accepted : May' 2026 Published : May' 2026

ABSTRACT

Digital transformation has become an essential requirement for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to remain competitive in the rapidly evolving digital economy. However, many MSMEs still face challenges in managing their business operations, such as manual financial recording, inventory management, and limited utilization of digital marketing tools. Therefore, this community service program aims to enhance the digital entrepreneurship capacity of MSMEs through the implementation of the Odoo application as an integrated e-commerce and business management platform. The partners involved in this program are several MSMEs located in Sukapura and Bojongloa Kidul, Bandung City, operating in sectors such as culinary businesses, fashion, boarding house services, and agricultural products. The methods applied in this program include needs assessment, training on the use of the Odoo application, assistance in developing e-commerce websites, and evaluation of system utilization in the partners' business operations. The results show that the implementation of Odoo successfully helped MSMEs develop e-commerce websites, display digital product catalogs, and improve business information management as well as communication with customers. In addition, this activity improved the digital literacy of MSME partners and provided practical learning experiences for students in implementing business technology. These findings indicate that the use of Odoo-based ERP technology can serve as a strategic solution to support the digital transformation of MSMEs, thereby improving business professionalism and expanding market reach sustainably

Keywords : Application; E-Commerce; Entrepreneurship; Odoo.

ABSTRAK

Transformasi digital menjadi kebutuhan penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi persaingan bisnis di era ekonomi digital. Namun, sebagian besar UMKM masih menghadapi kendala dalam pengelolaan usaha yang bersifat manual, seperti pencatatan penjualan, pengelolaan produk, promosi, dan layanan pemesanan. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas *digital entrepreneurship* UMKM melalui implementasi aplikasi Odoo sebagai *platform e-commerce* dan sistem informasi bisnis terintegrasi. Mitra dalam kegiatan ini terdiri atas enam UMKM di wilayah Sukapura dan Bojongloa Kidul, Kota Bandung, yaitu Bakso Malang Restu Brekele, Ridasari Snack, Cake & Rice Box, Kost Sunirama, CV Lokal Loose, Arshan Farm, dan Nasi Telor Ceplok Pontianak yang bergerak pada sektor kuliner, fashion, jasa hunian, dan produk pertanian. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi tahap observasi dan identifikasi kebutuhan mitra, perancangan dan implementasi website berbasis Odoo, pelatihan penggunaan sistem, pendampingan pengelolaan konten digital, serta evaluasi pemanfaatan sistem dalam operasional usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa implementasi Odoo mampu membantu UMKM dalam membangun *website e-commerce*, menyediakan katalog produk digital, meningkatkan efektivitas promosi, serta mempermudah komunikasi dengan pelanggan. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan

literasi digital mitra dan mendukung pengembangan pemasaran usaha secara lebih luas dan berkelanjutan. Dengan demikian, pemanfaatan aplikasi Odoo dapat menjadi solusi strategis dalam mendukung transformasi digital UMKM berbasis *e-commerce*.

Kata Kunci : Aplikasi; *E-Commerce*; Kewirausahaan; Odoo.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era ekonomi berbasis teknologi [1]. Perkembangan teknologi informasi, platform *e-commerce*, serta sistem manajemen bisnis digital telah mengubah cara pelaku usaha menjalankan aktivitas operasional, pemasaran, serta pengelolaan data usaha. Namun demikian, banyak pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam mengadopsi teknologi digital secara optimal. Rendahnya literasi digital, keterbatasan kemampuan dalam mengelola sistem bisnis berbasis teknologi, serta minimnya pemanfaatan *platform digital* menjadi hambatan yang menyebabkan usaha sulit berkembang secara maksimal di tengah persaingan pasar digital yang semakin kompetitif.

Wilayah Sukapura dan Bojongloa Kidul di Kota Bandung merupakan kawasan dengan aktivitas ekonomi masyarakat yang cukup dinamis melalui keberadaan berbagai UMKM pada sektor kuliner, fashion, jasa hunian, dan usaha berbasis rumah tangga. Namun, sebagian besar UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan usaha berbasis digital, khususnya dalam promosi produk, pengelolaan katalog, pencatatan pesanan, serta komunikasi dengan pelanggan secara daring. Kondisi tersebut menyebabkan proses pemasaran belum optimal, jangkauan konsumen masih terbatas, serta informasi produk belum tersampaikan secara efektif kepada calon pelanggan. Di sisi lain, meningkatnya penggunaan *platform digital* dalam aktivitas perdagangan menuntut UMKM untuk mampu beradaptasi dengan sistem bisnis berbasis teknologi.

Perkembangan teknologi *Enterprise Resource Planning* (ERP) berbasis *open-source* memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi dan integrasi pengelolaan usaha. Salah satu *platform* yang dapat dimanfaatkan adalah *Odoo Application*, yaitu sistem manajemen bisnis terpadu yang menyediakan fitur penjualan, inventori, manajemen pelanggan, serta *e-commerce* dalam satu sistem terintegrasi. Implementasi teknologi ini diharapkan mampu membantu UMKM dalam meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pemasaran digital, serta mendukung transformasi bisnis yang lebih adaptif dan kompetitif [2].

Khalayak sasaran dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku UMKM di wilayah Sukapura dan Bojongloa Kidul yang sebagian besar bergerak di sektor makanan dan minuman, produk fashion, jasa hunian, serta usaha rumah tangga. Skala usaha yang dimiliki umumnya masih bersifat mikro dengan jumlah tenaga kerja terbatas serta sistem pengelolaan usaha yang belum terstandar. Sebagian mitra telah memanfaatkan media sosial seperti *WhatsApp* dan Instagram sebagai sarana promosi produk, namun belum mampu mengintegrasikan aktivitas pemasaran tersebut dengan sistem manajemen bisnis digital yang lebih terstruktur.

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap kondisi mitra, terdapat beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM, yaitu rendahnya literasi digital dalam pengelolaan usaha, penggunaan sistem pencatatan manual yang menyebabkan ketidakefisienan operasional, serta keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, sebagian besar UMKM juga belum memiliki *platform* digital seperti website atau katalog produk online yang dapat digunakan sebagai media promosi dan pengelolaan informasi usaha secara profesional.

Kondisi tersebut menjadi urgensi penting untuk segera ditangani mengingat meningkatnya persaingan bisnis berbasis digital dan perubahan perilaku konsumen yang cenderung memanfaatkan *platform* online dalam proses pencarian informasi dan transaksi produk. Apabila UMKM tidak mampu beradaptasi dengan transformasi digital, maka daya saing usaha berpotensi menurun dan peluang pasar yang lebih luas sulit untuk dicapai. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan implementasi sistem digital berbasis Odoo sebagai upaya mendukung penguatan kapasitas digital entrepreneurship dan optimalisasi pemasaran UMKM secara berkelanjutan. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital entrepreneurship pelaku UMKM melalui implementasi *Odoo Application* sebagai *platform* manajemen bisnis dan *e-commerce*. Melalui kegiatan pelatihan, pendampingan instalasi sistem, serta implementasi modul *sales*, *inventory*, dan *e-commerce*, diharapkan pelaku UMKM mampu mengelola bisnis secara lebih terintegrasi dan efisien. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan literasi digital pelaku usaha dalam pengelolaan bisnis berbasis teknologi serta membantu mitra dalam membangun website *e-commerce* sebagai media promosi dan penjualan produk secara online[1].

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja UMKM, terutama dalam aspek pemasaran, efisiensi operasional, serta pengelolaan informasi bisnis. Program pendampingan digital bagi UMKM terbukti mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana pemasaran dan pengembangan bisnis secara berkelanjutan. Selain itu, pelatihan digital marketing dan pemanfaatan platform online juga dapat meningkatkan literasi digital pelaku UMKM serta membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas melalui media digital[3]. Implementasi sistem manajemen bisnis berbasis teknologi juga mampu meningkatkan efisiensi operasional usaha karena berbagai aktivitas bisnis seperti penjualan, inventori, dan pengelolaan pelanggan dapat terintegrasi dalam satu sistem digital yang terstruktur. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada penerapan teknologi digital dan sistem manajemen bisnis terintegrasi menjadi strategi yang relevan dalam mendukung transformasi digital UMKM serta meningkatkan daya saing usaha di era ekonomi digital. Berikut merupakan daftar mitra yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Tabel 1. Rekap Mitra PkM Odoo E-Commerce

No	Nama Mitra	Bidang Usaha	Bentuk Kegiatan PKM
1	Bakso Malang Restu Brekele	Kuliner	Pembuatan website e-commerce berbasis Odoo sebagai katalog digital dan media pemesanan online
2	Ridasari Snack, Cake & Rice Box	Kuliner	Pengembangan website Odoo sebagai katalog produk digital dan sistem informasi usaha
3	Kost Sunirama	Jasa Hunian	Pembuatan website promosi berbasis Odoo untuk menampilkan informasi kamar, fasilitas, dan pemesanan
4	CV Lokal Loose	Fashion	Pengembangan website katalog produk fashion untuk memperkuat branding dan pemasaran digital
5	Arshan Farm	Produk Pertanian	Pembuatan website promosi produk susu murni dan profil usaha berbasis Odoo
6	Nasi Telor Ceplok Pontianak	Kuliner	Pengembangan website web commerce untuk promosi menu, harga, dan sistem pemesanan online

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Service Learning* yang dipadukan dengan konsep *Community Development*. Pendekatan ini menekankan pada keterlibatan aktif antara dosen, mahasiswa, dan mitra UMKM dalam proses pembelajaran sekaligus pemecahan masalah secara langsung di lapangan. Melalui pendekatan ini, kegiatan pengabdian tidak hanya berfokus pada pemberian pelatihan, tetapi juga pada pendampingan implementasi teknologi digital secara berkelanjutan sehingga mitra dapat mengadopsi sistem secara mandiri.

Tahapan kegiatan pengabdian diawali dengan proses identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi dan diskusi dengan pelaku UMKM. Tahap ini bertujuan untuk memahami kondisi operasional usaha, tingkat literasi digital, serta permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan bisnis. Hasil identifikasi tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam merancang solusi berupa implementasi *Odoo Application* sebagai *platform* manajemen bisnis dan *e-commerce* yang dapat membantu mitra dalam meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas jangkauan pemasaran digital.

Setelah tahap analisis kebutuhan, kegiatan dilanjutkan dengan proses perancangan dan pengembangan sistem berbasis Odoo yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing usaha[4]. Mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ini berperan dalam membantu proses pembuatan website, penginputan data produk, penyusunan katalog digital, serta pengaturan sistem pemesanan online. Tahap berikutnya adalah pelatihan dan pendampingan kepada mitra terkait penggunaan platform digital tersebut, sehingga pelaku UMKM dapat memahami cara mengelola website, memperbarui informasi produk, serta memanfaatkan sistem

digital untuk aktivitas pemasaran. Rancangan kegiatan pengabdian untuk setiap mitra disusun berdasarkan hasil analisis kebutuhan usaha sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 2. Metode Kegiatan PkM Odoo kepada Mitra UMKM

No	Nama Mitra	Permasalahan	Solusi PKM	Metode Pelaksanaan
1	Bakso Malang Restu Brekele	Belum memiliki website dan media pemesanan online	Pembuatan website <i>e-commerce</i> berbasis Odoo sebagai katalog digital dan media pemesanan	Observasi kebutuhan usaha, pengumpulan data produk, pembuatan akun Odoo, desain website, input katalog produk, pelatihan penggunaan sistem
2	Ridasari Snack, Cake & Rice Box	Promosi produk masih terbatas pada media sosial	Pengembangan website katalog digital berbasis Odoo	Wawancara kebutuhan mitra, perancangan struktur website, input produk dan pricelist, integrasi kontak pemesanan, uji coba sistem
3	Kost Sunirama	Belum memiliki media promosi digital berbasis website	Pembuatan website promosi hunian berbasis Odoo	Pengumpulan data fasilitas kos, desain tampilan website, unggah foto dan informasi kamar, integrasi WhatsApp, pelatihan pengelolaan konten
4	CV Lokal Loose	Belum memiliki website sebagai identitas brand fashion	Pengembangan website katalog produk fashion berbasis Odoo	Identifikasi kebutuhan branding, pembuatan akun Odoo, upload katalog produk dan deskripsi, pengaturan tampilan website, uji coba sistem
5	Arshan Farm	Promosi produk susu masih dilakukan secara konvensional	Pembuatan website promosi produk berbasis Odoo	Observasi usaha, desain struktur website, input produk dan profil usaha, pengujian akses website, sosialisasi penggunaan platform
6	Nasi Telor Ceplok Pontianak	Belum memanfaatkan website untuk pemasaran digital	Pembuatan website <i>web commerce</i> berbasis Odoo	Analisis kebutuhan usaha, pembuatan website Odoo, input menu dan harga, integrasi kontak pemesanan, evaluasi penggunaan sistem

Selain perancangan kegiatan, dalam program pengabdian ini juga dilakukan rancangan evaluasi untuk mengukur keberhasilan implementasi kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui beberapa indikator, yaitu kemampuan mitra dalam mengoperasikan website Odoo secara mandiri, keberhasilan pembuatan dan

publikasi website usaha, serta peningkatan pemahaman mitra mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan bisnis. Evaluasi juga dilakukan melalui diskusi dan umpan balik dari mitra untuk mengetahui sejauh mana sistem yang diterapkan dapat membantu proses operasional usaha.

Melalui metode pendampingan berbasis *Service Learning* ini diharapkan proses transfer pengetahuan dan teknologi dapat berjalan secara efektif, sehingga UMKM mitra tidak hanya menerima pelatihan, tetapi juga mampu menerapkan sistem digital secara langsung dalam kegiatan bisnis sehari-hari. Selain memberikan manfaat bagi mitra UMKM, kegiatan ini juga memberikan pengalaman pembelajaran praktis bagi mahasiswa dalam mengimplementasikan konsep e-commerce dan digital entrepreneurship pada konteks bisnis nyata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui implementasi *Odoo Application* sebagai *platform e-commerce* dan sistem manajemen bisnis digital bagi enam UMKM mitra di wilayah Sukapura dan Bojongloa Kidul, Kota Bandung. Mitra kegiatan terdiri atas usaha kuliner, fashion, jasa hunian, dan produk pertanian yang sebelumnya masih memanfaatkan media promosi sederhana seperti *WhatsApp* dan Instagram tanpa sistem pengelolaan digital yang terintegrasi.

1. Observasi dan Identifikasi Kebutuhan Mitra

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi dan wawancara kepada seluruh mitra UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan usaha. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar mitra belum memiliki website usaha, katalog produk digital, maupun sistem pengelolaan informasi pelanggan yang terstruktur. Selain itu, proses promosi dan pemesanan masih dilakukan secara manual melalui media sosial dan aplikasi pesan singkat sehingga kurang efektif dalam menjangkau konsumen secara lebih luas.

2. Perancangan dan Implementasi Sistem Odoo

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim pengabdian merancang website berbasis Odoo yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing UMKM. Implementasi dilakukan dengan memanfaatkan fitur e-commerce Odoo untuk menampilkan katalog produk, informasi usaha, kontak pelanggan, serta sistem pemesanan online sederhana.

3. Pada sektor kuliner, website digunakan sebagai media katalog menu dan pemesanan produk.

Pada sektor fashion, website difokuskan untuk memperkuat branding dan promosi produk. Sementara itu, pada usaha jasa hunian dan produk pertanian, website dimanfaatkan untuk menampilkan profil usaha, informasi layanan, dan media komunikasi pelanggan.

4. Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Sistem

Setelah website selesai dikembangkan, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan platform Odoo kepada mitra UMKM. Materi pelatihan meliputi

pengelolaan katalog produk, pembaruan informasi usaha, pengelolaan tampilan website, dan penggunaan fitur komunikasi pelanggan. Selain pelatihan, tim juga melakukan pendampingan secara langsung agar mitra mampu mengoperasikan sistem secara mandiri dan berkelanjutan.

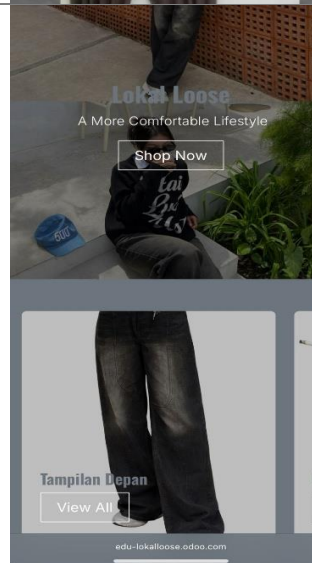
5. Evaluasi Hasil Kegiatan

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh mitra berhasil memiliki website usaha berbasis Odoo yang berfungsi sebagai katalog digital dan media promosi online. Implementasi sistem ini membantu mitra dalam meningkatkan profesionalitas usaha, mempermudah penyampaian informasi produk kepada pelanggan, serta memperluas jangkauan pemasaran secara digital. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan pemahaman dan literasi digital mitra dalam pemanfaatan teknologi e-commerce untuk mendukung operasional bisnis.

Secara keseluruhan, implementasi *Odoo Application* memberikan kontribusi positif terhadap proses transformasi digital UMKM dan menjadi solusi yang relevan dalam mendukung pengembangan digital entrepreneurship berbasis e-commerce.

Tabel 3. Rekapitulasi Hasil dan Pembahasan PkM Pengguna UMKM Odoo

No	Program yang Dicapai	Hasil	Dokumentasi
1	Pembuatan Website Odoo Bakso Malang Restu Brekele	Website Odoo berhasil dibuat sebagai katalog digital dan media pemesanan online. Mitra dapat menampilkan produk, harga, dan informasi kontak. Website meningkatkan profesionalitas usaha dan memperluas jangkauan promosi digital.	
2	Pengembangan Website Odoo Ridasari Snack & Rice Box	Website Odoo terintegrasi dengan katalog produk dan informasi pricelist. Mitra memperoleh pemahaman tentang pengelolaan website dan sistem pemesanan digital. Website menjadi pusat informasi bisnis dan branding UMKM.	

No	Program yang Dicapai	Hasil	Dokumentasi
3	Website Promosi Odoo Kost Sunirama	Website Odoo berhasil menampilkan informasi kamar, fasilitas, harga, dan lokasi kos. Integrasi WhatsApp mempermudah komunikasi calon penyewa. Website meningkatkan visibilitas usaha secara online. Link Website Odoo: https://kotsunirama.odoo.com/	
4	Website E-Commerce CV Lokal Loose	Website Odoo berfungsi sebagai katalog produk fashion (celana baggy) dan media branding. Produk dapat ditampilkan dengan deskripsi dan visual menarik sehingga memperkuat identitas brand lokal. Link Website Odoo: https://edu-lokalloose.odoo.com/	
5	Website Odoo Arshan Farm	Website Odoo berhasil dibuat untuk promosi susu murni dan profil usaha. Mitra mendapatkan edukasi mengenai pengelolaan e-commerce. Website meningkatkan citra profesional dan potensi perluasan pasar. Link Website Odoo: https://arshan-farm.odoo.com/	

No	Program yang Dicapai	Hasil	Dokumentasi
6	Website E-Commerce Nasi Telor Ceplok Pontianak	Website/web commerce berhasil dibuat sebagai media promosi menu dan harga. Mitra memperoleh pendampingan penggunaan platform digital untuk memperluas jangkauan konsumen. Link Website Odoo: https://telur-goreng.pontianak.odoo.com/	

Implementasi *Odoo Application* pada enam UMKM mitra menunjukkan bahwa pemanfaatan *platform digital* berbasis *Enterprise Resource Planning (ERP)* mampu mendukung proses transformasi digital usaha mikro secara lebih terstruktur. Setiap mitra berhasil memiliki website berbasis Odoo yang difungsikan sebagai katalog digital, media promosi, serta sarana komunikasi dengan pelanggan. Pemanfaatan website tersebut membantu UMKM dalam meningkatkan profesionalitas usaha dan memperluas jangkauan pemasaran digital.

Pada UMKM Bakso Malang Restu Brekele, website Odoo berhasil digunakan sebagai katalog digital dan media pemesanan online yang menampilkan informasi produk, harga, dan kontak usaha. Implementasi ini membantu mitra dalam memperluas akses promosi kepada konsumen secara lebih efektif. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa digitalisasi berbasis website mampu meningkatkan efektivitas promosi dan memperkuat eksistensi UMKM di era digital [5]. Pengembangan website pada Ridasari Snack, Cake & Rice Box menghasilkan sistem katalog produk digital yang terintegrasi dengan informasi harga dan pemesanan. Selain mendukung branding usaha, kegiatan ini juga meningkatkan pemahaman mitra dalam pengelolaan platform digital secara mandiri. Menurut [6], implementasi *e-commerce* berbasis website dapat membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi komunikasi bisnis dan memperluas interaksi dengan pelanggan. Pada sektor jasa hunian, website Odoo Kost Sunirama berhasil menampilkan informasi kamar, fasilitas, lokasi, dan integrasi *WhatsApp* untuk komunikasi pelanggan. Fitur tersebut mempermudah calon konsumen dalam memperoleh informasi layanan secara cepat dan praktis. Temuan ini mendukung hasil penelitian yang menjelaskan bahwa integrasi *platform digital* dengan media komunikasi online mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan visibilitas usaha [7]. Implementasi website *e-commerce* pada CV Lokal Loose memberikan dampak

positif terhadap penguatan identitas merek lokal melalui tampilan katalog fashion yang lebih profesional dan menarik. Produk dapat ditampilkan secara visual lengkap dengan deskripsi produk sehingga meningkatkan daya tarik promosi digital. Hal ini sesuai dengan penelitian yang menyebutkan bahwa branding digital melalui website mampu meningkatkan nilai kompetitif UMKM fashion di pasar digital [8]. Selanjutnya, website Odoo Arshan Farm dimanfaatkan sebagai media promosi produk susu murni dan profil usaha berbasis digital. Selain memperoleh website usaha, mitra juga mendapatkan edukasi mengenai pengelolaan sistem e-commerce untuk mendukung pengembangan bisnis secara berkelanjutan. Implementasi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan ERP berbasis open-source dapat membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi pengelolaan informasi usaha dan pemasaran digital [9]. Pada UMKM Nasi Telor Ceplok Pontianak, website *e-commerce* berhasil digunakan sebagai media promosi menu dan sistem informasi usaha berbasis digital. Pendampingan penggunaan platform Odoo membantu mitra dalam memahami pengelolaan konten digital dan strategi pemasaran online. Menurut penelitian terbaru mengenai transformasi digital UMKM, penggunaan sistem digital terintegrasi memberikan dampak positif terhadap adaptasi bisnis dan peningkatan daya saing usaha [10], [11].

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa implementasi Odoo Application mampu meningkatkan literasi digital, efektivitas promosi, dan profesionalitas pengelolaan usaha pada UMKM mitra. Penggunaan platform digital berbasis ERP juga menjadi solusi strategis dalam mendukung transformasi digital UMKM agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar modern.

PENUTUP

Berdasarkan hasil kegiatan, maka dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi digital memiliki peran yang signifikan dalam mendukung pengembangan usaha UMKM, khususnya dalam aspek pemasaran, promosi, dan perluasan jangkauan konsumen. Melalui kegiatan pendampingan yang dilakukan, UMKM Nasi Telor Ceplok Pontianak telah berhasil mengimplementasikan berbagai platform digital seperti website atau *web commerce*, media sosial (*Instagram*, *TikTok*, dan *WhatsApp*), serta *marketplace* makanan online seperti *ShopeeFood*. Implementasi tersebut memberikan identitas digital yang lebih jelas dan profesional sehingga mempermudah konsumen dalam memperoleh informasi mengenai produk, menu, serta layanan yang ditawarkan. Selain itu, kegiatan pengabdian ini juga berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemilik usaha dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran dan penjualan. Pemilik usaha tidak hanya mengenal berbagai *platform digital*, tetapi juga mulai mampu mengelola konten promosi, memperbarui informasi produk, serta merespon konsumen secara lebih efektif melalui media digital. Dengan adanya penerapan teknologi digital tersebut, UMKM Nasi Telor Ceplok Pontianak memiliki peluang yang lebih besar untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan jumlah pelanggan, serta mendukung peningkatan penjualan secara

berkelanjutan. Ke depan, pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih terintegrasi diharapkan dapat menjadi langkah lanjutan dalam memperkuat daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, UMKM Nasi Telor Ceplok Pontianak disarankan untuk terus mengelola dan memanfaatkan media digital secara konsisten, baik melalui website, media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *WhatsApp*, maupun melalui *marketplace* makanan online. Pembaruan informasi terkait menu, harga, jam operasional, serta promosi perlu dilakukan secara berkala agar konsumen selalu memperoleh informasi yang akurat dan terkini. Selain itu, pengembangan konten promosi yang lebih kreatif dan menarik seperti foto produk berkualitas, video proses pembuatan makanan, serta testimoni pelanggan juga perlu ditingkatkan untuk memperkuat daya tarik pemasaran digital. Di samping itu, optimalisasi pemanfaatan *marketplace* makanan online juga perlu terus dilakukan dengan memperhatikan kualitas foto produk, kelengkapan informasi menu, serta kecepatan respon terhadap pesanan konsumen. Dengan pengelolaan digital yang lebih terstruktur dan konsisten, diharapkan UMKM Nasi Telor Ceplok Pontianak dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pemasaran, serta mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. P. Sarifiyono, S. Purnama, S. Saberina, M. D. Alfarizy, and R. D. Aninda, "Pendampingan Digitalisasi bagi UMKM dalam Optimalisasi E-Commerce untuk Peningkatan Daya Saing," *Jubaedah : Jurnal Pengabdian dan Edukasi Sekolah (Indonesian Journal of Community Services and School Education)*, vol. 5, no. 1, pp. 99–108, Mar. 2025, doi: 10.46306/JUB.V5I1.313.
- [2] A. Oktrivina et al., "Edukasi Teknologi Akuntansi: Penerapan ERP Odoo dalam Pengembangan Kompetensi Lanjutan Pada Siswa di SMK BOASH 1 Bogor," *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 8, no. 1, pp. 29–38, 2026, doi: 10.36407/berdaya.v8i1.1752.
- [3] A. Nike Retnowati, S. Putri Pratiwi, A. Nurlaela Azhar, and A. Haiyfa Latifa, "Pendampingan Strategi Bisnis dan Digitalisasi Pemasaran untuk UMKM Optik Best Vision Solution," *Jurnal AbdiMU (Pengabdian kepada Masyarakat)*, vol. 5, no. 2, pp. 76–87, Nov. 2025, doi: 10.32627.
- [4] C. Y. Gómez-Llanaez, N. R. Diaz-Leal, and C. R. Angarita-Sanguino, "A comparative analysis of the ERP tools, Odoo and Openbravo, for business management.," *AiBi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, vol. 8, no. 3, pp. 145–153, Sep. 2020, doi: 10.15649/2346030X.789.
- [5] S. Ummah, A. Meilaningrum, and T. W. Warih, "Implementasi Sistem Enterprise Resource (ERP) Odoo pada UMKM Kuliner," *Innovative: Journal Of Social Science Research*, vol. 4, no. 6, pp. 4037–4049, Dec. 2024, doi: 10.31004/INNOVATIVE.V4I6.16956.
- [6] J. Kurniawan and M. Ziveria, "Penerapan Sistem Informasi Odoo ERP pada UMKM Toko Erika," *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, vol. 8,

-
- no. 2, pp. 2042–2057, Jul. 2022, Accessed: Jun. 03, 2026. [Online]. Available: <https://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiana/article/view/442>
- [7] C. A. Widany, A. Rahmawati, F. Azzahro, V. Maharani, and Supriyono, “Perancangan Sistem Enterprise Resource Planing (ERP) Modul Sales berbasis Odoo pada UMKM: Studi Kasus Toko Pakaian XYZ,” *Jurnal Riset Sistem Informasi dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, vol. 8, no. 1, pp. 1082–1089, Jan. 2026, doi: 10.52005/RGNVCQ52.
- [8] H. Aini Shafira, S. Informasi, and S. Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri Jakarta Selatan, “Penerapan Modul Point of Sale Odoo untuk Efisiensi Transaksi Penjualan UMKM Toko Tiga Saudara,” *DBESTI: Journal of Digital Business and Technology Innovation*, vol. 2, no. 2, pp. 308–312, Dec. 2025, doi: 10.54914/DBESTI.V2I2.1942.
- [9] M. A. Manuhutu et al., “Pemanfaatan Odoo.com sebagai Platform Sistem Informasi Penjualan pada Warung Bakso Mulyo Ditinjau dari Perspektif Sosiologi Teknologi,” *Jurnal Kemitraan Masyarakat*, vol. 2, no. 3, pp. 01–06, Jul. 2025, doi: 10.62383/JKM.V2I3.1895.
- [10] C. Ragkhitwetsagul, J. Krinke, M. Choetkiertikul, T. Sunetnanta, and F. Sarro, “Automated software engineering knowledge transfer: A case study on small and medium-sized software enterprises in Thailand,” *Journal of Systems and Software*, vol. 236, p. 112817, Jun. 2026, doi: 10.1016/J.JSS.2026.112817.
- [11] G. D. Girang, R. Andreswari, and U. Y. Kurnia Septo Hediyanto, “Implementasi Sistem Payroll Berbasis Odoo untuk Meningkatkan Efisiensi Penggajian pada UMKM,” *Journal of Law, Economics, and Engineering*, vol. 1, no. 2, pp. 60–68, Jan. 2026, doi: 10.25124/JRSI.V4I01.180.
-