

Implementasi Sistem ERP Proses Sales Management Berbasis Odoo Dengan Metode Rapid Application Development Di UMKM Dapurbeta

Nandika Fajarrachman¹, Avon Budiyo²
^{1,2}Telkom University, Indonesia

E-mail: nandikafajarrachman@student.telkomuniversity.ac.id¹,
avonbudi@telkomuniversity.ac.id²

Abstract

Technological developments have a significant impact on Indonesian society, especially business actors. Digitalization of the sales process is important to improve performance and competitiveness, especially for MSMEs in the food and beverage industry. MSMEs can take advantage of digital technologies such as social media and Point of Sale systems to optimize marketing and sales. Dapurbeta, an MSME in the food and beverages sector, faces challenges in sales management which includes the sales process of catering, restaurants, TVS, and Motorist, which have not been integrated. Dapurbeta's marketing is still conventional, making it difficult to reach a wider market. To overcome this problem, Dapurbeta implemented an Odoo-based ERP system with rapid application development (RAD) research method. Odoo was chosen because of its ease of configuration according to Dapurbeta's needs. This research focused on fit and gap analysis and resulted in customized business processes, creating several modules, such as sales, point of sales, and social marketing. These modules are configured according to Dapurbeta's needs so that they are expected to increase sales and marketing.

Keywords: MSME, ERP, Odoo, RAD, Sales Management, Sales, Point of Sale, Social Marketing.

Abstrak

Digitalisasi proses penjualan penting untuk meningkatkan kinerja dan daya saing, terutama bagi UMKM di industri makanan dan minuman. UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial dan sistem Point of Sale untuk mengoptimalkan pemasaran dan penjualan. Dapurbeta, sebuah UMKM di sektor food and beverages, menghadapi tantangan dalam sales management yang meliputi proses penjualan catering, restoran, TVS, dan Motorist, yang belum terintegrasi. Pemasaran Dapurbeta masih konvensional, sehingga menjangkau pasar yang lebih luas menjadi sulit. Untuk mengatasi masalah ini, Dapurbeta mengimplementasikan sistem ERP berbasis Odoo dengan metode penelitian rapid application development (RAD). Odoo dipilih karena kemudahan konfigurasinya sesuai kebutuhan Dapurbeta. Penelitian ini berfokus pada fit and gap analysis dan menghasilkan proses bisnis yang telah disesuaikan, menciptakan beberapa modul, seperti sales, point of sales, dan social marketing. Modul-modul ini dikonfigurasi sesuai dengan kebutuhan Dapurbeta sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan pemasaran.

Kata Kunci: UMKM, ERP, Odoo, RAD, Sales Management, Sales, Point of Sales, Social Marketing.

1. Pendahuluan

Proses digitalisasi dalam penjualan memiliki peranan yang krusial untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM^[1]. Dengan memanfaatkan teknologi digital

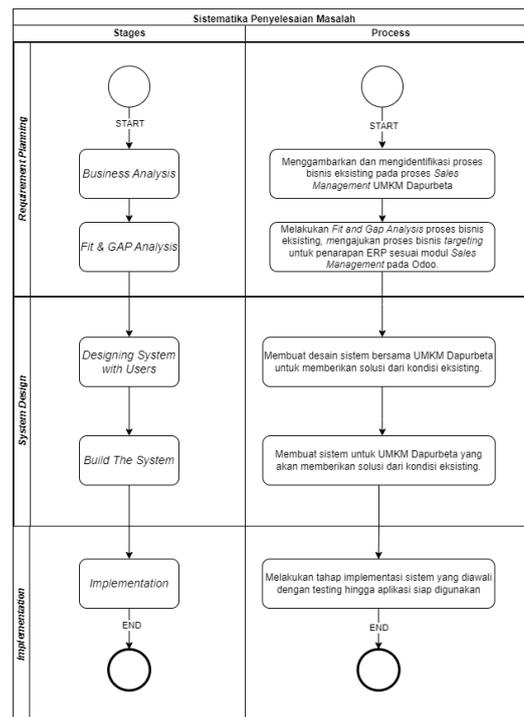
2.2. Design System

Pada tahap ini, proses system design akan dimulai dengan merancang sistem ERP berbasis Odoo yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM Dapurbeta. Selain itu, akan ada proses kustomisasi yang disesuaikan berdasarkan proses bisnis targetting. Berikut proses yang akan dilakukan antara lain:

- a) Proses Bisnis Targetting
 Berdasarkan identifikasi masalah yang sebelumnya dilakukan, terbentuk lah proses bisnis targetting yang dibuat untuk mengatasi masalah yang terdapat di UMKM Dapurbeta.
- b) Use Case Diagram
 Pembuatan use case diagram bertujuan untuk menggambarkan interaksi yang terjadi antara sistem dan pengguna.
- c) Activity Diagram
 Pembuatan activity diagram bertujuan untuk menggambarkan secara rinci setiap alur, keputusan dan kontrol sebuah proses.

2.3. Implementation

Pada proses implementasi diawali dengan merancang sistem ERP berbasis Odoo, melakukan sosialisasi sistem ERP berbasis Odoo dan mengaplikasikan sistem ERP berbasis Odoo. Setelah melakukan implementasi dilanjutkan dengan tahap evaluasi menggunakan *integration testing*, *blackbox testing* dan *user acceptance*.



Gambar 1. Sistematika Penyelesaian Masalah

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Requirement Planning

Pada tahap ini dilakukan analisa pada proses yang terjadi di UMKM Dapurbeta. Analisa yang dilakukan berupa perencanaan dalam bentuk *fit and gap analysis* untuk mencari Solusi pada proses bisnis targetting.

Tabel 1. Requirement Planning

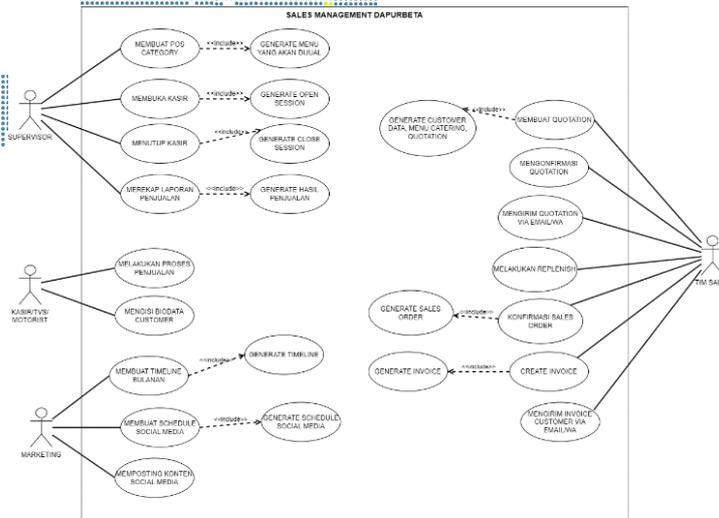
Proses Bisnis	Kebutuhan	Keterangan	Solusi
Proses Bisnis Marketing & CRM.	Otomatisasi <i>posting social media</i> berdasarkan jadwal yang ditentukan.	Penjadwalan saat ini masih dicatat secara manual dan diposting secara manual. Proses digitalisasi dan konten otomatis di <i>upload</i> sesuai dengan jadwal yang ditentukan.	Memanfaatkan modul <i>social marketing</i> Odoo untuk mencatat <i>timeline</i> marketing, jadwal <i>posting</i> dan pencatatan customer.
	Pencatatan data pelanggan dan <i>timeline</i> marketing disatukan dalam satu <i>database</i> .	Pencatatan data pelanggan dan <i>timeline</i> marketing masih dicatat dengan cara konvensional. Proses tersebut di digitalisasi dan masuk kedalam satu <i>database</i> yang sama.	
Proses bisnis Sales <i>dine in</i> dan diluar resto.	Dapat mengintegrasikan laporan penjualan dari 3 proses yaitu <i>dine in</i> , TVS dan <i>motorist</i> .	Supervisor melakukan rekap laporan penjualan secara manual. Dengan menggunakan Odoo 3 proses penjualan terintegrasi menjadi 1 laporan.	TVS dan <i>Motorist</i> dapat memberikan laporan baik itu dari salah satu <i>point of sales</i> ataupun dari ketiga <i>point of sales</i> sekaligus. Membuat 3 <i>point of sales</i> Odoo diantaranya untuk restoran, TVS dan <i>motorist</i> .
	Melakukan digitalisasi pencatatan penjualan pada TVS dan <i>motorist</i> .	Proses penjualan TVS dan <i>Motorist</i> masih dilakukan secara manual. Digitalisasi proses penjualan dengan menggunakan modul <i>point of sales</i> Odoo	
Proses Bisnis Sales Katering.	Melakukan digitalisasi proses katering terintegrasi dengan laporan penjualan UMKM Dapurbeta.	Proses order katering masih dilakukan via <i>whatsapp</i> . Proses digitalisasi di dalam modul <i>sales</i> .	Memanfaatkan modul <i>sales</i> Odoo mulai dari membuat <i>quotation</i> , hingga <i>sales order</i> . Setelah <i>sales order</i> dibuat, pesanan secara otomatis diberikan kepada tim produksi untuk segera diproduksi.

3.2. Design System

Pada tahap ini, proses *system design* akan dimulai dengan merancang sistem ERP berbasis Odoo yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM Dapurbeta. Selain itu, akan ada proses kustomisasi yang disesuaikan berdasarkan proses bisnis *targeting*.

3.2.1. Designing System With User

Pada tahap ini, menghasilkan sebuah kebutuhan yang di analisis pada *fit and gap analysis*, kebutuhan tersebut digambarkan dalam *use case diagram* dibawah ini.



Gambar 2. Use Case Diagram

3.2.2. Build The System

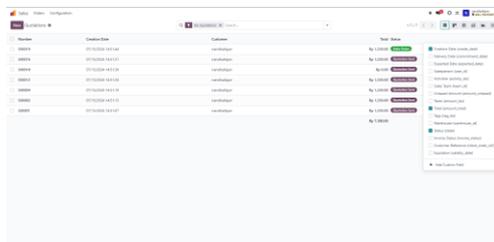
Konfigurasi sistem Odoo ini memerlukan pemasangan modul studio agar dapat menyesuaikan dan menambahkan beberapa algoritma. Penambahan algoritma yang dilakukan seperti fields, relation, rule, dan integration. Konfigurasi sistem Odoo akan melibatkan modul sesuai dengan kebutuhan dan perancangannya yang telah dibuat.

a) Konfigurasi modul sales

Tabel 2. Konfigurasi *Settings* Modul Sales

Settings yang Dipilih	Alasan
Units of measure	<i>Units of measure</i> dipilih karena ketika melakukan order tim sales dapat mengatur quantity dan satuan dari pesanan baik itu dalam satuan berat atau unit.
Pricelist	Ketika jumlah <i>quantity</i> pesanan lebih dari 1, harga otomatis dikalikan sesuai jumlah order.
Default values: online signature.	Ketika quotation konsumen dapat melakukan konfirmasi dengan melakukan tanda tangan secara online.
Invoicing policy: invoice what is ordered	Invoice dicetak sesuai dengan apa yang dipesan oleh customer.

Setelah melakukan konfigurasi *settings*, dilanjutkan dengan mengatur beberapa *field* disesuaikan dengan kebutuhan.

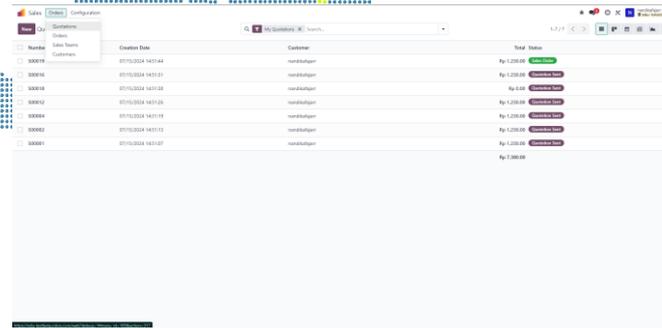


Gambar 3. Konfigurasi *Fields Quotation* di Modul Sales



Gambar 4. Konfigurasi *Fields Orders* di modul sales

Setelah melakukan konfigurasi pada *settings* dan *fields*, konfigurasi juga dilakukan pada modul *sales* dengan menambahkan beberapa menu.



Gambar 5. Konfigurasi Menu Modul Sales

Tabel 3. Konfigurasi Menu Modul Sales

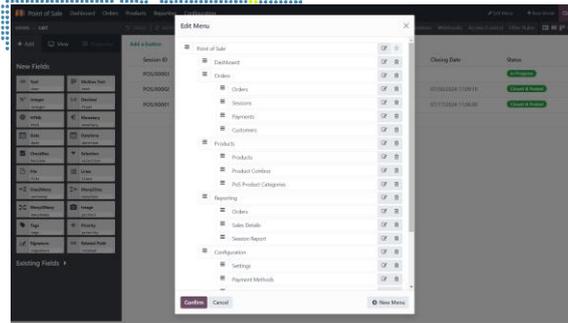
Menu	Aktivitas
Orders: Quotation	Sub-menu ini merupakan tampilan dari quotation yang dibuat. Terdapat <i>quotation</i> yang berhasil terkirim ditandai dengan tulisan di status bertuliskan “ <i>quotation sent</i> ”.
Orders: Orders	Sub-menu ini merupakan tampilan ketika <i>quotation</i> berubah menjadi <i>sales order</i> . Ketika berubah menjadi <i>sales order</i> pesanan akan diteruskan ke tim produksi untuk diproduksi dan ke pihak <i>accounting</i> untuk melakukan <i>register payment</i> .

b) Konfigurasi Modul Point of Sales

Tabel 4. Konfigurasi Settings Modul Point of Sales

Settings yang Dipilih	Alasan
Is a bar/restaurant	Untuk point of sales resto bagian tersebut dipilih karena sebuah restoran, untuk kasir TVS dan Motorist tidak dipilih karena bukan merupakan restoran.
Allow bill splitting	Mengakumulasikan harga sesuai dengan pesanan yang dipilih.
Payment method	Menambahkan fitur pembayaran untuk transaksi penjualan di <i>point of sales</i>
Multi employees per session	Multi employees digunakan sebagai penanda siapa yang menjalankan penjualan di setiap kasir
Restrict Categories	Restrict categories digunakan untuk employee mana yang memiliki kewenangan untuk buka dan tutup kasir
Large Scrollbars	Large scrollbars dipilih untuk membuat tampilan PoS menjadi lebih besar dan menjadi lebih mudah digunakan.
Line Discounts	Total pesanan akan secara otomatis terpotong apabila ada program diskon
Automatic Receipt Printing	Digunakan untuk otomatisasi print invoice ketika pembelian selesai.
ePos Printer	Mengaktifkan printer untuk <i>invoice</i>
Preparation Display	Sebagai crosscheck pesanan sebelum invoice dicetak.

Setelah melakukan konfigurasi pada *settings* dan *fields*, konfigurasi juga dilakukan pada modul *point of sales* dengan menambahkan beberapa menu.



Gambar 6. Konfigurasi Menu modul *Point of Sales*

Tabel 5. Konfigurasi Menu Modul *Point of Sales*

Menu	Aktivitas
Dashboard	Menu <i>dashboard</i> merupakan menu yang berisi 3 kasir yaitu resto, TVS dan <i>motorist</i> . <i>Dashboard</i> merupakan tampilan utama ketika memasuki modul <i>point of sales</i> .
Orders: orders	Sub-menu <i>orders</i> berisi keterangan dari <i>point of sales</i> yang digunakan.
Products: pos product category	<i>Pos product category</i> merupakan sub-menu yang ditambahkan untuk memfilter produk yang akan dijual didalam POS. <i>Post product category</i> dibuat untuk memudahkan kasir memilih menu sesuai dengan filter yang ditentukan yaitu hari senin sampai dengan sabtu.

c) Konfigurasi Modul *Social Marketing*

Pada modul *Social marketing* hanya melakukan konfigurasi terhadap fields dan menu. Untuk konfigurasi fields seperti gambar dibawah ini.



Gambar 7. Konfigurasi Fields Modul *Social Marketing*



Gambar 8. Konfigurasi Menu Modul *Social Marketing*

Tabel 6. Konfigurasi Menu Modul *Social Marketing*

Menu	Aktivitas
Schedule: Timeline marketing	Sub-menu ini digunakan untuk mencatat agenda-agenda marketing yang akan dibuat selama periode waktu 1 bulan.
Schedule: Social media schedule	Sub-menu ini berisikan jadwal konten media sosial yang akan dibuat selama 1 bulan. Sub-menu ini digunakan untuk menjadwalkan konten media sosial yang akan di <i>posting</i> di waktu yang akan datang atau saat ini.
Schedule: Social media campaign	Sub-menu ini digunakan untuk menjadwalkan konten media sosial dengan jangka waktu 1 tahun, seperti contohnya hari-hari nasional.

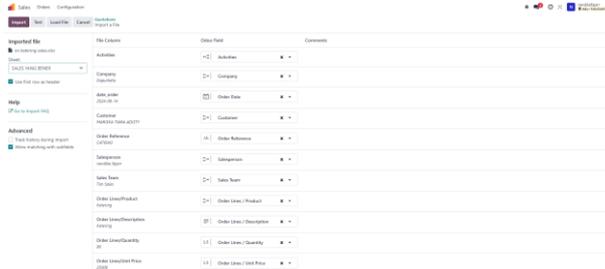
3.3. Implementasi

Pada tahap implementation sistem Odoo sudah berhasil dibuat. Sistem Odoo akan digunakan untuk menjalankan proses point of sales dari ketiga kasir, proses sales catering,

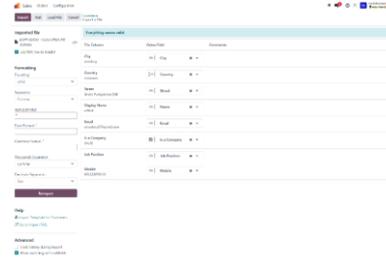
dan membantu dalam menjalankan kegiatan marketing seperti membuat agenda marketing dan melakukan penjadwalan untuk media sosial.

a) Data Migration

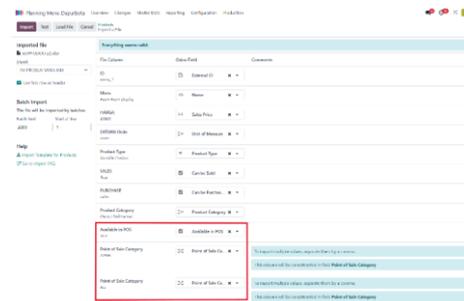
Data migration merupakan proses perpindahan data dari sistem sebelumnya ke sistem yang baru yaitu sistem Odoo. Dapurbeta memiliki data yang akan dipindahkan, data-data tersebut meliputi data penjualan catering, data customer dan *point of sales product category*



Gambar 9. Data Migration Penjualan Catering



Gambar 10. Data Migration Customer



Gambar 11. Data Migration POS Product Category

b) Testing

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap sistem Odoo yang sudah dibuat. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan sistem Odoo yang sudah dibuat dapat bekerja sesuai dengan kebutuhan UMKM Dapurbeta. Pengujian dilakukan menggunakan integration testing dan blackbox testing.

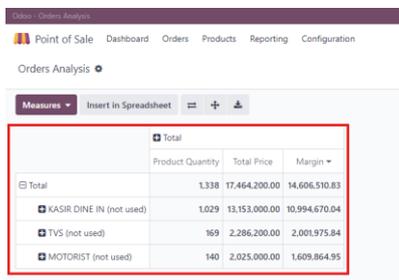
Tabel 7. Integration Testing

Proses	Skenario	Expected Result	Hasil
Membuat 3 <i>point of sales</i> untuk mengakomodasi penjualan dari restoran, TVS dan <i>motorist</i> .	Supervisor membuat 3 POS untuk kasir restoran, TVS dan <i>motorist</i> . Kasir-kasir tersebut dapat beroprasi secara bersamaan.	<i>Point of sales</i> restoran, TVS dan <i>motorist</i> dapat dioperasikan secara bersamaan. Penggunaan	✓
Melakukan rekapitulasi data penjualan dari ketiga <i>point of sales</i> .	Hasil dari ketiga POS bisa langsung tergabung menjadi satu laporan yang sama.	Data penjualan dari ketiga POS secara otomatis tergabung dan dapat dilihat di modul <i>accounting</i> .	✓
Proses pencatatan pelanggan di setiap proses penjualan baik itu di <i>point of sales</i> ataupun catering.	Kasir resto, TVS, <i>motorist</i> dan juga tim <i>sales</i> dapat menambahkan data pelanggan..	Fitur pencatatan data pelanggan tersedia di setiap proses penjualan..	✓
<i>Quotation</i> pesanan catering dapat dikirim melalui <i>Whatsapp</i>	<i>Quotation</i> akan dikirimkan kepada pelanggan dan pelanggan menerima <i>quotation</i> di <i>Whatsapp</i>	Pesanan catering akan menjadi <i>quotation</i> yang akan dikirimkan ke pelanggan melalui <i>whatsapp</i> .	✓
Melakukan <i>replenish</i>	Pesanan catering yang	Produk yang tidak tersedia di	✓

Proses	Skenario	Expected Result	Hasil
stock pada produk menu katering yang dipesan.	sudah menjadi <i>Sales order</i> menunjukkan stok produk yang ada di <i>inventory</i> .	<i>inventory</i> akan dilakukan <i>replenish</i> oleh tim <i>sales</i> . Setelah itu tim produksi akan segera memproduksi.	
Mencatat <i>timeline</i> agenda marketing UMKM Dapurbeta selama 1 bulan.	Tim marketing melakukan penjadwalan agenda marketing didalam modul social marketing.	Pada <i>sub-menu timeline marketing</i> , tim marketing dapat membuat jadwal berdasarkan <i>calendar view</i> atau sesuai dengan <i>gant view</i> .	✓
Melakukan penjadwalan terhadap konten media sosial baik itu <i>instagram</i> atau <i>facebook</i> .	Tim marketing yang sudah menyiapkan konten media sosial bisa langsung mengatur jadwal.	Konten media sosial akan secara otomatis akan terunggah ke media sosial Dapurbeta.	✓

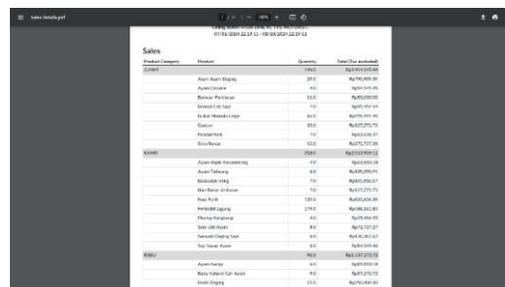
3.4. Analisis Hasil implementasi

Bagian ini berisikan analisis dari hasil implementasi pada proses *sales management* dengan menggunakan sistem Odoo. Analisis ini akan menjelaskan bagaimana dampak dari *sales management* terhadap aktivitas yang terjadi di UMKM Dapurbeta.



Product	Quantity	Total Price	Margin
Total	1,338	17,464,200.00	14,606,510.83
KASIR DINE IN (not used)	1,029	13,153,000.00	10,994,670.04
TVS (not used)	169	2,286,200.00	2,001,975.84
MOTORIST (not used)	140	2,025,000.00	1,609,864.95

Gambar 12. Analisis Penjualan 3 Point of Sales



Product	Quantity	Price
...
...
...

Gambar 13. Analisis POS Category

Berdasarkan 2 gambar yang disajikan menunjukkan hasil penjualan Dapurbeta selama satu minggu, mencakup pendapatan dari tiga jenis POS: kasir dine-in, TVS, dan motorist. Laporan ini mencakup jumlah menu yang dipesan, total pendapatan kotor, dan margin sebagai pendapatan bersih. Tim sales dapat mengevaluasi keuntungan dari masing-masing POS untuk menentukan apakah penjualan sudah mencapai target.

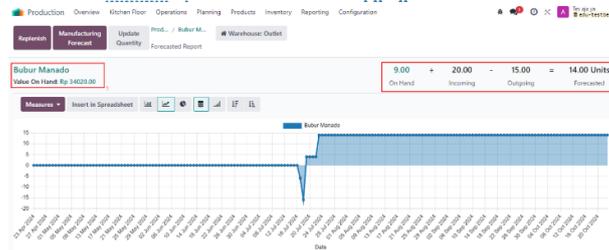
Selain itu, terdapat filter POS Category pada modul point of sales yang memudahkan kasir dalam mengoperasikan interface, dengan opsi filter termasuk hari dalam seminggu dan 'ala dapurbeta'. Laporan menampilkan hasil penjualan berdasarkan filter, termasuk kategori produk, daftar menu, jumlah yang terjual, dan total penjualan tanpa pajak. Tim sales dapat mengidentifikasi menu dengan penjualan terendah untuk pertimbangan masa depan, serta menu terlaris yang perlu dipertahankan.



Gambar 14. Mengirim Quotation via Whatsapp

Dengan adanya integrasi antara aplikasi Odoo dengan aplikasi *whatsapp* membuat jalur komunikasi yang jauh lebih mudah diakses oleh pelanggan. Untuk saat ini

penggunaan *whatsapp* sudah digunakan antara Dapurbeta dengan pelanggan, dengan menambahkan fitur ini pelanggan tidak merasa terbebani.



Gambar 15. Replenish Stock Product

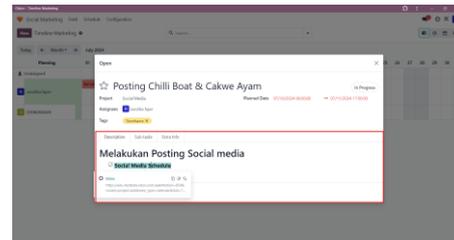
On-hand + Incoming - Outgoing = Forecasted

Keterangan:

- On-hand:** Stok produk yang tersedia (sisa dari overproduksi).
- Incoming:** Stok produk dari pesanan produksi yang sudah dikonfirmasi tetapi belum ditutup.
- Outgoing:** Stok produk yang harus dipenuhi untuk pesanan penjualan.
- Forecasted:** Stok produk yang tersisa dari pesanan produksi dan siap digunakan.

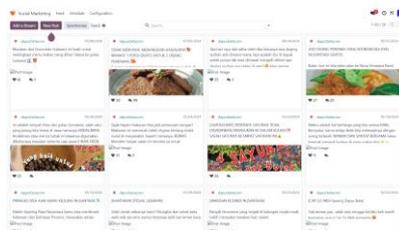


Gambar 16. Timeline Marketing



Gambar 17. Analisis Penjadwalan Media Sosial

Gambar 16 dan 17 merupakan *timeline* marketing Dapurbeta pada bulan juli. Berdasarkan gambar diatas, agenda marketing dapat tercatat di modul *social marketing* Odoo. Setiap agenda yang tercatat berisikan nama agenda, *project*, *assignees*, *planned date* dan deskripsi. Analisis lebih lanjut terdapat pada tabel dibawah ini. *Timeline* marketing yang berisi *project social media* dapat dimasukan link pada kolom deskripsi. Link tersebut mengarah langsung ke halaman posting konten media sosial.



Gambar 18. Tampilan Media Sosial Dapurbeta

Media sosial Dapurbeta yang sudah terhubung dengan aplikasi Odoo membuat tim marketing dapat melihat aktivitas yang terjadi didalam konten yang diposting oleh *instagram* Dapurbeta. Berdasarkan gambar diatas tim marketing dapat melihat semua konten yang di-*upload* ke media sosial *instagram* Dapurbeta. Tim marketing dapat melihat *insight* yang terdapat di media sosial *instagram* Dapurbeta, selain itu tim marketing dapat melihat jumlah *likes* dan *comment* dari setiap konten yang sudah di *upload* ke *instagram* Dapurbeta

4. Kesimpulan

Penelitian tentang penerapan sistem ERP Odoo di UMKM Dapurbeta dengan metode Rapid Application Development (RAD) menunjukkan hasil positif. Sistem baru telah memperbaiki proses bisnis dengan memungkinkan pencatatan pelanggan secara langsung dan memecah penjualan POS menjadi tiga kategori terpisah. Fitur pelaporan yang lebih fleksibel dan integrasi media sosial memperkuat strategi marketing. Pengujian sistem menunjukkan bahwa Odoo memenuhi kebutuhan yang ditetapkan dengan baik. Fitur baru seperti POS Category, Reporting Karyawan, pengiriman melalui WhatsApp, dan scheduled social media meningkatkan efisiensi dalam manajemen penjualan dan marketing, mempermudah pengelolaan dan komunikasi.

Daftar Pustaka

- [1] R. L. Dimoso And D. Utonga, "A Systematic Review Of Digital Technology Adoption In Small And Medium-Sized Enterprises: Implications For Performance In Developing Countries," *International Journal Of Development And Management Review*, Vol. 19, No. 1, Pp. 58–71, Jul. 2024, Doi: 10.4314/Ijdmr.V19i1.4
- [2] N. S. Hadinata, "Utilization Of Digital Marketing In The Development Of Msmes In The Era Of Digital Technology," *Interkoneksi Journal Of Computer Science And Digital Business*, Vol. 1, No. 1, Pp. 36–44, Dec. 2023, Doi: 10.61166/Interkoneksi.V1i1.5.
- [3] R. Krishnambol, N. Ahmad, And B. K. Sharma, "Efficient Data Accessing Through Heterogeneous Erp Solution," *International Journal Of Computer Applications*, Vol. 53, No. 6, Pp. 14–17, Sep. 2012, Doi: 10.5120/8423-2178.
- [4] A. Ahdiat, "Dampak Digitalisasi Bagi Umkm, Mayoritas Positif," *Katadata*, Jan. 29, 2024. [Online]. Available: <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2024/01/29/Dampak-Digitalisasi-Bagi-Umkm-Mayoritas-Positif>.
- [5] N. Nendi, H. E. Saputra, A. Suprianto, P. D. Aprilia, And S. A. Lestari, "Rancang Bangun Sistem Aplikasi Kasir Pintar Enterprise Resource Planning (Erp) Berbasis Odoo Pada Umkm Rumah Makan Tradisional Uni Mita Lintau," *Jurnal Pengabdian Nasional (Jpn) Indonesia*, Vol. 5, No. 2, Pp. 362–372, May 2024, Doi: 10.35870/Jpni.V5i2.678.
- [6] N. T. I. Ijomah, N. C. Idemudia, N. N. L. Eyo-Udo, And N. K. F. Anjorin, "Harnessing Marketing Analytics For Enhanced Decision-Making And Performance In Smes," *World Journal Of Advanced Science And Technology*, Vol. 6, No. 1, Pp. 001–012, Jul. 2024, Doi: 10.53346/Wjast.2024.6.1.0037.
- [7] S. Sismadi, S. Dalis, S. Bahri, And D. Setiawan, "Model Rapid Application Development Untuk Rancang Bangun Sistem Pengelolaan Transaksi Perdagangan Indosurrati Sukses Makmur," *Inti Nusa Mandiri*, Vol. 18, No. 1, Pp. 13–22, Aug. 2023, Doi: 10.33480/Inti.V18i1.4241.
- [8] Nofiadi, D. (2022). Analisis Pengembangan Modul Purchasing Management Pada Website Odoo Menggunakan Website App. Jikomp) Maret (Vol. 2022, Pp. 19–28)
- [9] E. Fernando And M. Sellyvia, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan & Persediaan Menggunakan Odoo Ver 15 Pada Toko New Palapa Elektronik," *Kalbiscientia Jurnal Sains Dan Teknologi*, Vol. 10, No. 02, Pp. 173–190, Sep. 2023, Doi: 10.53008/Kalbiscientia.V10i2.2219.
- [10] J. J. R. Herrera, L. A. V. Natividad, And R. A. D. Nicho, "Process Improvement Plan, Using The Erp-Odoo In The Sales Macroprocess Of The Company Construcciones Centenario E. I. R. L. Of The City Of Hualar 2022," *Process Improvement Plan, Using The Erp-Odoo In The Sales Macroprocess Of The Company Construcciones Centenario E. I. R. L. Of The City Of Hualar 2022*, Jan. 2023, Doi: 10.18687/Laccei2023.1.1.681.