

Transformasi Digital UMKM Melalui Odoo: Perspektif Sosiologi Agama Pada Praktik Ekonomi Masyarakat Lokal

Digital Transformation of MSMEs through Odoo: A Sociology of Religion Perspective on Local Community Economic Practices

Natasya Virginia Leuwol¹, Melda Agnes Manuhutu², Kelvin³, Etha⁴, Marsya⁵,
Tabita⁶, Amel⁷, Marcello⁸, Lulu Jola Uktolseja⁹

¹⁻⁹ Universitas Victory Sorong, Indonesia

Email: melda.a.manuhutu@gmail.com^{2*}, lulujola39@gmail.com⁹

Korespondensi email: melda.a.manuhutu@gmail.com

Article History:

Received: Mei 01, 2025;

Revised: Mei 30, 2025;

Accepted: Juni 24, 2025;

Published: Juni 26, 2025;

Keyword: Economic Practice,
Sociology of Religion, Digital
Transformation, MSMEs

Abstract: The rapid development of information technology has encouraged Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to adapt to digital systems to increase the efficiency and competitiveness of their businesses. This community service activity aims to support the digitization process at Toko Vyta, an MSME located in Sorong City, Southwest Papua, through the implementation of an Enterprise Resource Planning (ERP)-based information system using the Odoo platform. This activity is carried out with a method that includes direct observation of business processes, interviews with store owners, training on the use of the Odoo system, technical assistance during the implementation process, as well as social and religious reflection to see the impact of digital transformation from the perspective of local community values. The results of the activity show that the implementation of the Odoo system is able to increase efficiency in managing stock of goods, recording sales transactions, and service to customers. Business owners find it helpful in monitoring business activities in real-time, reducing manual recording errors, and increasing service speed. From the perspective of the sociology of religion, the application of digital technology does not contradict the religious and social values of society, but rather strengthens the principles of honest, transparent, and responsible business. Collaboration between students from the Information Systems and Sociology study programs provides an interdisciplinary contribution that enriches understanding of the dynamics of social change in the context of technology. This experience proves that the success of MSME digitalization is not only determined by technological aspects, but also by the ability to integrate social, cultural, and religious approaches in every stage of transformation. Therefore, the digitalization of MSMEs based on local values is an important strategy to be widely implemented in supporting the sustainable economic empowerment of the community.

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk beradaptasi dengan sistem digital guna meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha mereka. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung proses digitalisasi pada Toko Vyta, sebuah UMKM yang berlokasi di Kota Sorong, Papua Barat Daya, melalui penerapan sistem informasi berbasis *Enterprise Resource Planning* (ERP) menggunakan platform Odoo. Kegiatan ini dilakukan dengan metode yang mencakup observasi langsung terhadap proses bisnis, wawancara dengan pemilik toko, pelatihan penggunaan sistem Odoo, pendampingan teknis selama proses implementasi, serta refleksi sosial dan keagamaan guna melihat dampak transformasi digital dari perspektif nilai-nilai masyarakat lokal. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa

penerapan sistem Odoo mampu meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan stok barang, pencatatan transaksi penjualan, serta pelayanan kepada pelanggan. Pemilik usaha merasa terbantu dalam memantau aktivitas bisnis secara real-time, mengurangi kesalahan pencatatan manual, dan meningkatkan kecepatan pelayanan. Dari perspektif sosiologi agama, penerapan teknologi digital ini tidak bertentangan dengan nilai-nilai religius dan sosial masyarakat, melainkan justru memperkuat prinsip-prinsip bisnis yang jujur, transparan, dan bertanggung jawab. Kolaborasi antara mahasiswa dari program studi Sistem Informasi dan Sosiologi memberikan kontribusi interdisipliner yang memperkaya pemahaman terhadap dinamika perubahan sosial dalam konteks teknologi. Pengalaman ini membuktikan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya ditentukan oleh aspek teknologi semata, tetapi juga oleh kemampuan untuk mengintegrasikan pendekatan sosial, budaya, dan religius dalam setiap tahapan transformasi. Oleh karena itu, digitalisasi UMKM berbasis nilai lokal menjadi strategi yang penting untuk diterapkan secara luas dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Praktek Ekonomi, Sosiologi Agama, Transformasi Digital, UMKM

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat saat ini, dimanfaatkan dalam berbagai bidang (Manuhutu, 2025). Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia ekonomi dan praktik bisnis masyarakat lokal. Di tengah arus modernisasi dan globalisasi digital, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dituntut untuk beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi guna meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha mereka (Hidayat, 2021; Tambunan, 2019). Salah satu bentuk teknologi yang kini banyak diadopsi oleh pelaku usaha adalah platform sistem informasi terintegrasi seperti Odoo, yang menyediakan berbagai fitur digital untuk menunjang manajemen usaha secara lebih efektif dan sistematis (Rahardjo, 2020).

Toko Vyta, sebuah unit usaha sembako yang didirikan pada tahun 2024 di Kota Sorong, Papua Barat Daya, menjadi salah satu contoh nyata dari upaya transformasi digital pada level UMKM. Meskipun baru beroperasi selama kurang lebih satu tahun, toko ini telah memiliki peran penting dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat sekitar. Namun, seperti kebanyakan UMKM lainnya, sistem pengelolaan toko ini sebelumnya masih bersifat manual, baik dalam pengelolaan stok barang, promosi, hingga transaksi penjualan. Kondisi ini menyebabkan terjadinya ketidakefisienan dalam operasional usaha, sehingga diperlukan sebuah solusi berbasis teknologi yang dapat meningkatkan performa dan jangkauan toko.

Implementasi Odoo sebagai platform digital dalam pengelolaan Toko Vyta memberikan dampak yang signifikan terhadap efisiensi usaha, keteraturan manajemen, serta perluasan akses pelanggan (Effing & Spil, 2016; Rahardjo, 2020). Namun, di balik transformasi teknologi ini, terdapat dimensi sosial dan budaya yang turut mengalami perubahan. Dalam konteks masyarakat lokal yang memiliki tradisi ekonomi berbasis relasi sosial dan nilai-nilai keagamaan yang kuat, digitalisasi UMKM menjadi titik temu antara modernisasi dan

kearifan lokal (Kuncoro, 2013; Koentjaraningrat, 2009).

Dari sinilah perspektif sosiologi agama menjadi relevan untuk dikaji, mengingat bagaimana nilai keagamaan, etika bermasyarakat, dan norma sosial ikut memengaruhi dan dipengaruhi oleh praktik ekonomi yang berbasis digital (Puspitawati, 2019; Soekanto, 2006). Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana proses transformasi digital melalui penggunaan Odoo pada UMKM lokal tidak hanya berdampak pada aspek teknis dan ekonomi, tetapi juga menyentuh dinamika sosial dan religius dalam masyarakat sekitar. Dengan pendekatan sosiologi agama, penelitian ini berusaha memahami keterkaitan antara teknologi, nilai-nilai keagamaan, dan praktik sosial-ekonomi dalam kehidupan masyarakat lokal Sorong.

2. METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan pendekatan partisipatif dan edukatif, yang melibatkan langsung pelaku usaha (pemilik Toko Vyta), masyarakat sekitar, serta mahasiswa dan dosen pembimbing dari Program Studi Sistem Informasi dan Sosiologi. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:

Observasi

Tim melakukan observasi langsung di lokasi usaha Toko Vyta yang beralamat di Jl. Watem KM 17, Kota Sorong, Papua Barat Daya. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan, permasalahan operasional, serta potensi pengembangan teknologi digital yang relevan bagi unit usaha yang bermitra bersama tim pelaksana.

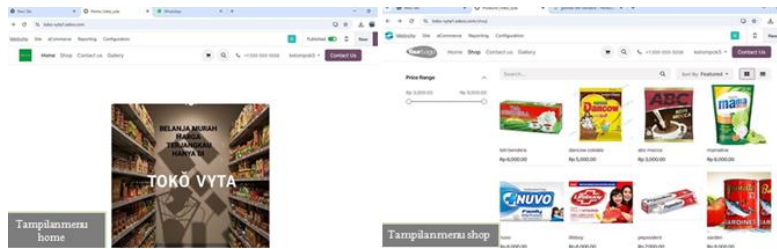
Wawancara

Dilakukan wawancara dengan pemilik usaha untuk menggali informasi terkait manajemen toko, sistem yang digunakan, serta persepsi terhadap pemanfaatan teknologi dalam usaha. Wawancara ini juga menyinggung aspek nilai-nilai sosial dan keagamaan yang mempengaruhi pola bisnis dan hubungan dengan pelanggan.

Sosialisasi dan Pelatihan Penggunaan Platform Odoo

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilakukan secara langsung di tempat usaha. Materi pelatihan meliputi:

- Pengenalan sistem informasi Odoo
- Penggunaan modul manajemen inventaris, penjualan, dan CRM
- Pembuatan website toko online berbasis Odoo
- Strategi promosi melalui media sosial



Gambar 1. Halaman Toko Online yang dibuat

Pendampingan Implementasi

Tim pengabdian mendampingi pemilik usaha selama proses instalasi, konfigurasi, dan penggunaan sistem Odoo. Proses ini dilakukan secara bertahap agar pemilik usaha dapat memahami secara praktis penggunaan fitur-fitur yang tersedia untuk mendukung proses.



Gambar 2. Dokumentasi Pelatihan Toko Online Bagi Mitra Usaha

Refleksi Sosial-Kultural dan Keagamaan

Dalam tahapan ini, dilakukan diskusi informal dengan masyarakat dan pemilik usaha untuk memahami bagaimana transformasi digital memengaruhi hubungan sosial, etika bisnis, dan nilai-nilai keagamaan dalam praktik usaha. Hal ini menjadi bagian dari refleksi sosiologis terhadap perubahan yang terjadi.

Evaluasi dan Dokumentasi

Setelah seluruh tahapan selesai, dilakukan evaluasi terhadap keberhasilan implementasi dan dampaknya terhadap efisiensi usaha dan nilai-nilai sosial-keagamaan. Seluruh proses didokumentasikan dalam bentuk laporan dan dokumentasi visual untuk keperluan pelaporan dan publikasi kegiatan.

3. HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Toko Vyta, Jl. Watem KM 17, Kota Sorong, Papua Barat Daya, menghasilkan beberapa temuan dan perubahan signifikan baik dari aspek teknologi informasi, manajemen usaha, maupun aspek sosial-

keagamaan dalam praktik bisnis sehari-hari. Berikut adalah uraian hasil kegiatan:

- **Peningkatan Kapasitas Digital Usaha**

Pemilik Toko Vyta berhasil memahami dasar-dasar penggunaan sistem Odoo melalui pelatihan yang diberikan. Website toko berbasis Odoo berhasil dibuat dan diaktifkan dengan fitur utama seperti:

- Menu Home, yang menampilkan identitas toko dan layanan utama.
- Menu Shop, yang berisi daftar produk lengkap dengan gambar dan harga.
- Menu Contact Us, untuk memudahkan pelanggan berinteraksi langsung.
- Menu Gallery, yang menampilkan dokumentasi dan produk unggulan.

Sistem Odoo juga digunakan untuk :

- Manajemen stok barang secara digital
- Pencatatan transaksi penjualan
- Pemantauan data pelanggan melalui modul CRM
- Penyusunan strategi promosi berbasis data

- **Efisiensi Operasional Toko**

Sebelum kegiatan ini, pengelolaan usaha masih dilakukan secara manual, mulai dari pencatatan stok, penjualan, hingga promosi. Setelah penerapan sistem Odoo, pemilik usaha mengakui bahwa pekerjaan menjadi lebih efisien dan terorganisir. Proses input data penjualan dan pengelolaan inventaris kini bisa dilakukan dalam waktu singkat dan dapat diakses secara daring.

- **Peningkatan Jangkauan Pasar**

Dengan adanya website dan promosi melalui media sosial, jangkauan pelanggan Toko Vyta mulai meluas. Beberapa pelanggan baru diketahui mengakses informasi produk melalui website. Ini menunjukkan awal yang baik bagi toko dalam beradaptasi di era digital, khususnya di tengah masyarakat lokal yang mulai terbiasa dengan belanja online.

- **Penerimaan Sosial dan Nilai Keagamaan**

Dalam diskusi informal dengan pemilik usaha, ditemukan bahwa meskipun digitalisasi merupakan hal baru, tidak ada penolakan dari sisi sosial maupun keagamaan. Justru, pemilik menyatakan bahwa teknologi ini dapat membantu dalam menjalankan usaha dengan lebih jujur, transparan, dan teratur, sejalan dengan nilai-nilai keagamaan yang dijunjung dalam kehidupan sehari-hari.

Pemilik juga mengaitkan prinsip kejujuran dan pelayanan kepada sesama sebagai bagian dari keimanan, dan merasa bahwa sistem digital mempermudah menjalankan usaha dengan cara yang lebih beretika dan bertanggung jawab.

- Kolaborasi Mahasiswa dan Dosen

Mahasiswa dari Program Studi Sistem Informasi dan Sosiologi berkolaborasi dalam kegiatan ini. Mahasiswa Sistem Informasi fokus pada aspek teknis digitalisasi, sedangkan mahasiswa Sosiologi menggali aspek sosial, budaya, dan religius dalam praktik bisnis UMKM. Kolaborasi ini memperkuat pendekatan interdisipliner dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa transformasi digital melalui penerapan platform Odoo mampu memberikan dampak positif bagi peningkatan kapasitas manajerial dan efisiensi operasional Toko Vyta sebagai salah satu pelaku UMKM di Kota Sorong. Pemanfaatan sistem informasi berbasis teknologi tidak hanya mempermudah pengelolaan usaha, tetapi juga membuka peluang bagi perluasan jangkauan pasar melalui media daring.

Dari perspektif sosiologi agama, penerimaan masyarakat terhadap digitalisasi usaha berjalan selaras dengan nilai-nilai sosial dan keagamaan yang dianut. Digitalisasi tidak menghilangkan nilai-nilai lokal seperti kejujuran, tanggung jawab, dan pelayanan kepada sesama, melainkan justru memperkuat praktik bisnis yang beretika dan profesional.

Kolaborasi antara mahasiswa dan dosen dari dua bidang ilmu – Sistem Informasi dan Sosiologi – juga membuktikan pentingnya pendekatan interdisipliner dalam menyelesaikan masalah nyata di masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan UMKM tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada pemahaman konteks sosial-budaya dan spiritual masyarakat pengguna.

DAFTAR REFERENSI

- Effing, R., & Spil, T. A. M. (2016). The social strategy cone: Towards a framework for evaluating social media strategies. *International Journal of Information Management*, 36(1), 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.09.016>
- Fitriyah, N., & Widodo, A. (2022). Pemanfaatan digitalisasi dalam meningkatkan daya saing UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 20(1), 45–52.
- Ginting, R. (2021). *Penerapan sistem ERP berbasis Odoo untuk UMKM*. Bandung: Informatika.

- Hidayat, A. A. (2021). *Digitalisasi UMKM dalam meningkatkan daya saing di era ekonomi digital*. Pustaka Media.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar ilmu sosiologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kuncoro, M. (2013). *UMKM di tengah arus globalisasi dan krisis ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2021). *Management information systems: Managing the digital firm* (16th ed.). New York: Pearson.
- Manuhutu, M. A., Manuhutu, A., Manuhutu, M., Manurung, T., & Uktolseja, L. J. (2025). Penerapan metode Rapid Application Development pada sistem informasi Sipani Store. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(1), 22–30.
- Puspitawati, H. (2019). Etika bisnis dalam perspektif agama: Konsep dan aplikasinya pada dunia usaha. *Jurnal Ilmu Sosial dan Agama*, 18(2), 123–132.
- Rahardjo, D. (2020). *Odoo ERP: Panduan lengkap untuk implementasi sistem ERP berbasis open source*. Bandung: Informatika.
- Setiawan, A., & Dewi, R. (2021). Penerapan sistem ERP pada UMKM menggunakan Odoo sebagai solusi digitalisasi proses bisnis. *Jurnal Teknologi Informasi dan Terapan*, 8(2), 120–128.
- Soekanto, S. (2006). *Sosiologi suatu pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia: Isu, tantangan dan prospek*. Jakarta: LP3ES.
- Yulianti, R., & Sari, N. (2020). Strategi transformasi digital bagi pelaku UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 5(1), 65–73.