



Pemanfaatan Teknologi Odoo dalam Pemberdayaan Usaha Kuliner dan Nilai-Nilai Sosial Keagamaan di Warung Makan Banyuwangi

Utilization of Odoo Technology in Empowering Culinary Businesses and Social and Religious Values in Banyuwangi Food Stalls

Meldi Manuhutu^{1*}, Melda Agnes Manuhutu², Natasya Virginia Leuwol³, Diki⁴, Sony⁵, Sintia⁶, Lulu Jola Uktolseja⁷

¹⁻⁷ Universitas Victory Sorong, Indonesia

Email: meldimanuhutu@gmail.com^{1*}, melda.a.manuhutu@gmail.com², lulujola39@gmail.com⁷

Korespondensi email: meldimanuhutu@gmail.com

Article History:

Received: April 16, 2025;

Revised: April 30, 2025;

Accepted: Mei 17, 2025;

Published: Mei 31, 2025;

Keyword: Business Digitalization, Learning Technology, Odoo Culinary, Religious Values, Warung Banyuwangi,

Abstract: This service activity aims to empower micro business actors through the use of digital technology based on the Odoo platform, as well as integrating social and religious values in daily business practices. The subject of the activity was Warung Makan Banyuwangi, a home-based culinary business that has been operating for more than a decade in Sorong City, Southwest Papua. This activity was carried out with a participatory approach that included field observations, interviews with business owners, training on the use of the Odoo application, and intensive assistance in the process of digitization and online business branding. Through training and mentoring, business owners are introduced to important features of Odoo, such as product management, financial transaction recording, inventory management, and promotions through online stores. The results show that the use of Odoo is able to significantly improve operational efficiency, regularity in business information management, and expand market reach through digital media. This transformation opens up new opportunities for the development of micro businesses in a more professional and modern manner. However, the success of this digital transformation does not only depend on the technical aspect, but also on the strength of the values embedded in business actors. Religious values such as honesty in transactions, sincere service, social responsibility to customers, and gratitude for business results are the main foundations in business practices. These values are not only maintained, but also integrated into the narrative displayed on the business's digital pages as an identity and differentiator. This activity proves that the digital transformation of MSMEs can go hand in hand with the preservation of local spiritual and cultural values. Technology is not only a tool for modernization, but also a medium to strengthen the identity, character, and sustainability of micro businesses in the midst of the challenges of the digital era. Therefore, collaboration between technological innovation and social values is the key to empowering community-based MSMEs.

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku usaha mikro melalui pemanfaatan teknologi digital berbasis platform Odoo, serta mengintegrasikan nilai-nilai sosial dan keagamaan dalam praktik usaha sehari-hari. Subjek kegiatan adalah Warung Makan Banyuwangi, sebuah usaha kuliner rumahan yang telah beroperasi lebih dari satu dekade di Kota Sorong, Papua Barat Daya. Kegiatan ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif yang mencakup observasi lapangan, wawancara dengan pemilik usaha, pelatihan penggunaan aplikasi Odoo, serta pendampingan intensif dalam proses digitalisasi dan branding usaha secara daring. Melalui pelatihan dan pendampingan, pemilik usaha diperkenalkan pada fitur-fitur penting Odoo, seperti manajemen produk, pencatatan transaksi keuangan, pengelolaan inventaris, serta promosi melalui toko daring.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penggunaan Odoo secara signifikan mampu meningkatkan efisiensi operasional, keteraturan dalam pengelolaan informasi usaha, serta memperluas jangkauan pasar melalui media digital. Transformasi ini membuka peluang baru bagi pengembangan usaha mikro secara lebih profesional dan modern. Namun demikian, keberhasilan transformasi digital ini tidak hanya bergantung pada aspek teknis, tetapi juga pada kekuatan nilai-nilai yang tertanam dalam diri pelaku usaha. Nilai-nilai keagamaan seperti kejujuran dalam bertransaksi, pelayanan dengan ketulusan, tanggung jawab sosial terhadap pelanggan, serta rasa syukur atas hasil usaha menjadi landasan utama dalam praktik usaha. Nilai-nilai tersebut tidak hanya dipertahankan, tetapi juga diintegrasikan dalam narasi yang ditampilkan di laman digital usaha sebagai identitas dan pembeda. Kegiatan ini membuktikan bahwa transformasi digital UMKM dapat berjalan seiring dengan pelestarian nilai-nilai spiritual dan budaya lokal. Teknologi bukan sekadar alat modernisasi, tetapi juga medium untuk memperkuat identitas, karakter, dan keberlanjutan usaha mikro di tengah tantangan era digital. Oleh karena itu, kolaborasi antara inovasi teknologi dan nilai-nilai sosial menjadi kunci dalam pemberdayaan UMKM berbasis komunitas.

Kata Kunci: Digitalisasi Usaha, Nilai Religius, Odoo Kuliner, Teknologi Pembelajaran, Warung Banyuwangi

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di tengah arus digitalisasi yang kian pesat, pemanfaatan teknologi berbasis aplikasi menjadi salah satu kunci keberhasilan usaha dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. Salah satu platform teknologi yang kini banyak digunakan oleh pelaku UMKM adalah Odoo, sebuah sistem manajemen bisnis terintegrasi yang menyediakan berbagai layanan seperti e-commerce, manajemen pelanggan, akuntansi, dan promosi digital (Odoo S.A., 2024; Tim Odoo Indonesia, 2023).

Warung Makan Banyuwangi merupakan salah satu contoh usaha kuliner rumahan yang telah eksis selama bertahun-tahun dan kini mencoba beradaptasi dengan teknologi digital melalui pemanfaatan platform Odoo. Usaha yang dikelola secara mandiri oleh keluarga ini menunjukkan daya juang dan ketekunan dalam menghadapi berbagai tantangan usaha, termasuk keterbatasan modal dan promosi. Permasalahan umum yang juga tercermin dalam data nasional UMKM (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023). Dalam proses perkembangannya, usaha ini tidak hanya memperlihatkan sisi teknis dan ekonomi semata, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai sosial dan keagamaan yang menjadi dasar dalam etika kerja dan pelayanan kepada pelanggan. Penerapan sistem berbasis cloud seperti Odoo terbukti mendukung efisiensi manajemen kasir, stok, dan transaksi berbasis ERP yang diterapkan di sektor kuliner tradisional (Nendi et al., 2024). Kerangka kerja data berbasis cloud seperti Odoo memberikan kemampuan beradaptasi bagi UMKM, terutama dalam hal pencatatan terkait uang, administrasi stok, dan integrasi transaksi online dan offline Rohman (2021).

Pendekatan peningkatan kerangka kerja terkomputerisasi yang cepat dan sesuai dengan kebutuhan klien merupakan salah satu komponen kunci dalam keberhasilan

digitalisasi UMKM. Hal ini sering kali sejalan dengan penemuan Melda Agnes Manuhutu dkk. (2025), yang menyatakan bahwa strategi Peningkatan Aplikasi Cepat (RAD) memungkinkan peningkatan kerangka kerja yang lebih responsif dan mahir. Pendekatan teknologi ini memiliki arti penting dalam pemanfaatan Odoo di Warung Makan Banyuwangi karena kemampuan beradaptasi kerangka kerja memungkinkan untuk penyesuaian yang cepat terhadap kebutuhan operasional sehari-hari.

Nilai-nilai seperti kejujuran, kerja keras, kesabaran, dan tanggung jawab tidak hanya menjadi pedoman dalam praktik keagamaan, tetapi juga menjadi landasan dalam menjalankan usaha sehari-hari. Dengan demikian, integrasi antara teknologi digital dan nilai-nilai sosial keagamaan menjadi kombinasi penting dalam membentuk karakter usaha yang tidak hanya mengedepankan keuntungan, tetapi juga keberkahan dan keberlanjutan (Arifin, 2017). Pendekatan ini sejalan dengan pandangan bahwa hubungan antara agama dan masyarakat dapat memperkuat pendirian moral dalam perdagangan di tingkat RT (Saragih, 2019), dan menegaskan bahwa kemampuan komputerisasi dapat memajukan eksekusi UMKM jika diawasi dengan prosedur yang mumpuni (Ladian & Achmad Fauzi, 2025). Pentingnya digitalisasi UMKM yang berbasis nilai-nilai kultural dan agama, agar pelaku usaha tidak sekadar mengejar efisiensi, tetapi juga tetap menjaga identitas dan integritas sosialnya (Sutarto (2020).

Laporan ini disusun untuk mengkaji bagaimana pemanfaatan Odoo mampu memberdayakan Warung Makan Banyuwangi dari segi promosi dan manajemen usaha, sekaligus menggali dimensi sosial keagamaan yang hidup dalam praktik keseharian pelaku usaha tersebut. Pendekatan ini diharapkan memberikan perspektif baru bahwa digitalisasi UMKM juga dapat dilakukan tanpa meninggalkan nilai-nilai luhur yang bersumber dari ajaran agama dan budaya lokal.

2. METODE

Pengabdian ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, edukatif, dan kontekstual, yang mengintegrasikan teknologi digital dengan nilai-nilai sosial keagamaan dalam praktik usaha kuliner. Kegiatan ini dilakukan secara bertahap dengan metode sebagai berikut:

Observasi Lapangan dan Identifikasi Masalah

Langkah awal dilakukan dengan kunjungan langsung ke lokasi usaha Warung Makan Banyuwangi yang terletak di Km 12,5 Kota Sorong. Tim melakukan pengamatan terhadap alur kerja usaha, interaksi sosial pemilik dengan pelanggan, serta fasilitas promosi dan

pencatatan keuangan yang digunakan. Selain itu, dilakukan identifikasi nilai-nilai sosial keagamaan yang tertanam dalam praktik usaha.

Wawancara dan Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha, yaitu Bapak Saifunglo dan Ibu Sunarsi, pada hari Kamis, 10 April 2025 pukul 17:15 WIT. Wawancara bertujuan untuk menggali informasi berikut :

- Jenis usaha yang dijalankan dan riwayatnya
- Produk makanan yang paling diminati
- Metode promosi dan strategi pelayanan
- Jumlah karyawan dan struktur kerja
- Nilai-nilai agama yang dianut dan diterapkan dalam usaha
- Perkembangan serta tantangan usaha dari waktu ke waktu

Edukasi dan Pelatihan Teknologi Odoo

Setelah memahami kondisi usaha, tim melaksanakan pelatihan kepada pemilik mengenai penggunaan platform Odoo secara praktis dan sederhana, yang mencakup:

- Pembuatan website usaha gratis melalui Odoo
- Penambahan informasi produk makanan (menu)
- Penataan tampilan halaman promosi
- Teknik dasar digital marketing menggunakan tools di Odoo

Simulasi pengelolaan data pelanggan dan pencatatan penjualan

- Pendampingan Implementasi dan Narasi Keagamaan

Tim mendampingi secara langsung proses implementasi sistem di warung, membantu pemilik usaha untuk:

- Menyusun struktur konten website
- Mengunggah foto produk dan deskripsi menu
- Menyisipkan narasi nilai-nilai sosial keagamaan seperti: kejujuran, kesyukuran, pelayanan penuh kasih, dan tanggung jawab, yang dicerminkan melalui kisah dan pengalaman nyata mereka selama menjalankan usaha

Refleksi dan Diskusi Nilai Sosial Keagamaan

Dalam proses ini, dilakukan diskusi ringan dan refleksi mengenai peran nilai agama dalam membentuk karakter usaha, seperti:

- Ketekunan dan doa dalam menghadapi kesulitan
- Pentingnya pelayanan yang ramah sebagai cerminan iman

- Syukur atas pelanggan dan rezeki yang diterima

Refleksi ini bertujuan untuk menjadikan teknologi sebagai sarana pendukung, bukan pengganti nilai spiritual dan relasi sosial yang sudah mengakar.

Evaluasi dan Dokumentasi

Kegiatan ditutup dengan evaluasi hasil pelatihan dan pendampingan melalui wawancara lanjutan serta pengambilan dokumentasi :

- Hasil perubahan yang terjadi di warung dan website
- Tanggapan dan kesan dari pemilik usaha
- Dokumentasi visual berupa foto
- Tim Pengabdian
 - Tim Pelaksana dari Universitas Victory Sorong
 - Narasumber: Bapak Saifunglo dan Ibu Sunarsi

3. HASIL DAN DISKUSI

Hasil Wawancara dan Observasi Lapangan

Dari wawancara yang dilakukan bersama Bapak Saifunglo dan Ibu Sunarsi, diketahui bahwa Warung Makan Banyuwangi telah berdiri sejak tahun 2011 sebagai usaha rumahan. Usaha ini dimulai secara sederhana dari menjual bakso, lalu berkembang menjadi penyedia berbagai jenis makanan rumahan seperti gado-gado, nasi kuning, dan lauk pauk. Meskipun berada di pusat kota yang strategis, warung ini belum pernah menggunakan media sosial atau platform digital untuk promosi. Dalam pengelolaannya, pemilik warung menunjukkan nilai-nilai religius dan sosial yang kuat, seperti:

- Kesederhanaan dalam pelayanan
- Kejujuran dan tanggung jawab dalam transaksi
- Keteguhan iman dan doa dalam menghadapi tantangan
- Rasa syukur dan berbagi kepada pelanggan dan tetangga sekitar

Nilai-nilai ini menjadi kekuatan moral dan spiritual yang menopang keberlanjutan usaha meskipun di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin digital.



Gambar 1. Proses Wawancara Mitra

Implementasi Teknologi Odoo

Setelah dilakukan pelatihan, pemilik usaha berhasil dibimbing membuat situs sederhana melalui platform Odoo. Beberapa hasil konkret dari pendampingan ini antara lain:

- Website usaha berhasil dibuat dan dapat diakses melalui <https://warung-makan.odoo.com>
- Tampilan produk makanan ditata dengan baik, disertai gambar dan deskripsi sederhana
- Halaman kontak dan informasi usaha diisi dengan jelas
- Narasi pendek tentang nilai-nilai religius dan motivasi usaha ditambahkan pada bagian profil usaha

Melalui platform ini, pemilik usaha kini memiliki **media promosi digital pertama** yang dapat diakses oleh pelanggan potensial secara luas. Selain memperkuat promosi, platform ini juga mulai memperkenalkan manajemen pesanan secara digital.

Dokumentasi warung Banyuwangi di web odoo



Gambar 2. Implementasi Teknologi Toko Online

Integrasi Nilai-Nilai Sosial Keagamaan

Salah satu pembaruan penting dalam kegiatan ini adalah integrasi antara teknologi dan nilai-nilai sosial keagamaan. Pemilik warung, yang taat beragama dan aktif dalam komunitas ibadah, merasa bahwa penggunaan teknologi seperti Odoo:

- Tidak mengganggu prinsip hidup sederhana dan jujur, justru memperluas rezeki tanpa harus mengubah nilai
- Dapat menjadi sarana kesaksian iman, misalnya melalui pesan-pesan positif dan pelayanan yang tulus di website
- Mendukung penguatan relasi sosial, karena teknologi digunakan untuk mempererat hubungan, bukan menjauhkan.

Dengan cara ini, teknologi tidak hanya menjadi alat teknis, tetapi juga medium ekspresi nilai spiritual dan sosial.

Tantangan dan Solusi

Beberapa tantangan yang dihadapi selama proses pengabdian:

- Kurangnya pemahaman awal pemilik tentang teknologi digital
- Keterbatasan perangkat (hanya mengandalkan HP dan koneksi terbatas)
- Kesederhanaan sistem operasional usaha

Namun, tantangan ini diatasi melalui:

- Pelatihan langsung dengan bahasa sederhana dan praktik
- Pendampingan intensif dengan pendekatan kekeluargaan
- Penyederhanaan fitur Odoo agar sesuai kebutuhan pemilik usaha

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa integrasi antara teknologi digital dan nilai-nilai sosial keagamaan dapat berjalan seiring dalam pemberdayaan usaha mikro, khususnya pada sektor kuliner rumahan. Melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan platform Odoo, Warung Makan Banyuwangi mampu melakukan transformasi sederhana menuju digitalisasi tanpa kehilangan jati diri dan prinsip-prinsip spiritual yang telah menjadi fondasi usahanya.

Pemanfaatan Odoo tidak hanya membantu dalam promosi dan manajemen informasi usaha, tetapi juga menjadi media baru untuk mengekspresikan nilai-nilai seperti kejujuran, pelayanan dengan kasih, syukur, dan kerja keras. Hal ini membuktikan bahwa teknologi

dapat diberdayakan sebagai alat pemberdayaan yang tetap selaras dengan etika dan keyakinan agama.

Dengan pendekatan yang partisipatif, edukatif, dan kontekstual, kegiatan ini berhasil menciptakan solusi yang berkelanjutan dan relevan, serta membangun kesadaran bahwa usaha kecil pun dapat maju tanpa harus meninggalkan nilai-nilai luhur yang telah diwariskan secara sosial dan spiritual.

DAFTAR REFERENSI

- Arifin, Z. (2017). *Etika bisnis dalam perspektif Islam dan Kristen*. Jakarta: Kencana.
- Fatmawati, N., & Aminullah, R. (2022). Pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi berbasis komunitas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 201–210.
- Gunawan, I. (2019). *Metode penelitian kualitatif: Teori dan praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, H. (2023). Peran nilai religius dalam pengembangan etika bisnis UMKM. *Jurnal Dakwah dan Sosial Kemasyarakatan*, 6(1), 77–88.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Statistik UMKM nasional*. Diakses dari <https://kemenkopukm.go.id>
- Lubis, H. A. (2020). *Transformasi digital untuk UMKM: Peluang dan tantangan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- 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), 8–18.
- Nendi, Saputra, H. E., Suprianto, A., Aprilia, P. D., & Lestari, S. A. (2024). 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*, 5(2), 362–372.
- Odoo S.A. (2024). *Odoo documentation v17*. Diakses dari <https://www.odoo.com/documentation>
- Rohman, F. (2021). Implementasi sistem informasi berbasis cloud untuk UMKM menggunakan Odoo. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 9(2), 115–123.
- Saragih, M. (2019). *Sosiologi agama: Relasi agama dan masyarakat dalam konteks lokal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sutarto, L. (2020). Digitalisasi UMKM berbasis nilai kultural dan agama di Indonesia. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(1), 45–52.
- Tim Odoo Indonesia. (2023). *Modul pelatihan Odoo untuk UMKM*. Bandung: Odoo Partner Community.

- Wibowo, A., & Kurniawan, R. (2021). Digital marketing untuk UMKM: Strategi pemasaran di era transformasi digital. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(1), 56–70.
- Yuliana, S. (2020). Strategi adaptasi UMKM di masa pandemi COVID-19: Kajian transformasi digital. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 112–121.