

PROYEK IMPLEMENTASI ODOO OPEN ERP UD. PELO APPAREL



**sistem
informasi**
fakultas teknologi
informasi



Bagian 1 Pembuatan Rencana Proyek Implementasi

Dosen Pembimbing :
Prasasti Karunia Farista Ananto, M.Kom, M.IM
PSDP C

Kelompok X :

1. Nama	NIM
2. Nama	NIM

Daftar Isi

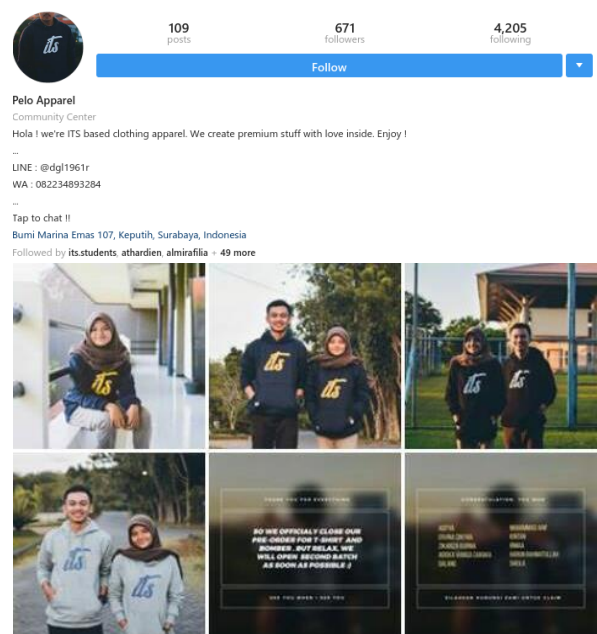
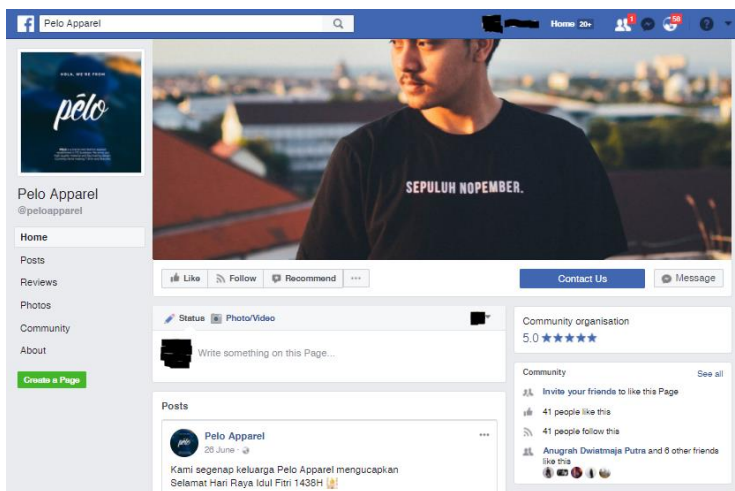
A. Ringkasan Eksekutif	2
B. Analisis Industri	3
B.1 Porter's Five Force	3
C. Analisis Perusahaan	4
C.1 Profil Perusahaan.....	5
C.2 Struktur Organisasi.....	5
C.3 Proses Bisnis	6
C.4 Pendapatan dan Penilaian Kinerja Perusahaan.....	6
C.5 Teknologi Informasi yang telah diterapkan.....	7
D. Cakupan dan Komitmen Implementasi ERP.....	7
E. Rencana Implementasi ERP	8
E.1 Struktur Organisasi Proyek.....	8
E.2 Work Breakdown Structure (WBS).....	8

A. Ringkasan Eksekutif

UD. Pelo Apparel adalah sebuah Grand fashion masa kini yang dikembangkan oleh mahasiswa ITS Surabaya. UD. Pelo Apparel menawarkan produk-produk dengan bahan berkualitas tinggi dan desain yang menarik. Berdiri sejak tahun 2016, tepatnya pada bulan September dan berkantor di jalan Bumi Marina Emas 107, Keputih, Surabaya. Dengan membawa motto “We serve you High Quality material and Fascinating Design”, UD. Pelo Apparel mencoba bersaing dengan para kompetitornya yang ada di lingkungan ITS dengan produk beberapa produk yang ditawarkannya diantaranya lain yakni jaket trendy, gelang, serta kaos dengan menggunakan brand *pelo*. Keseluruhan produk tersebut tidak diproduksi langsung oleh team pelo namun terlebih menggunakan jasa vendor secara penuh untuk pemenuhan order. Yang membedakan produk pelo apparel dengan produk konveksi lainnya yaitu pelo lebih mengutamakan produk yang trendy dan stylish untuk memikat para pelanggannya terutama pada kalangan mahasiswa. Tidak hanya sekedar terlihat trendy, pelo juga mengutamakan kualitas bahan yang digunakan pada produknya sehingga dapat meningkatkan kepuasan para pelanggannya.

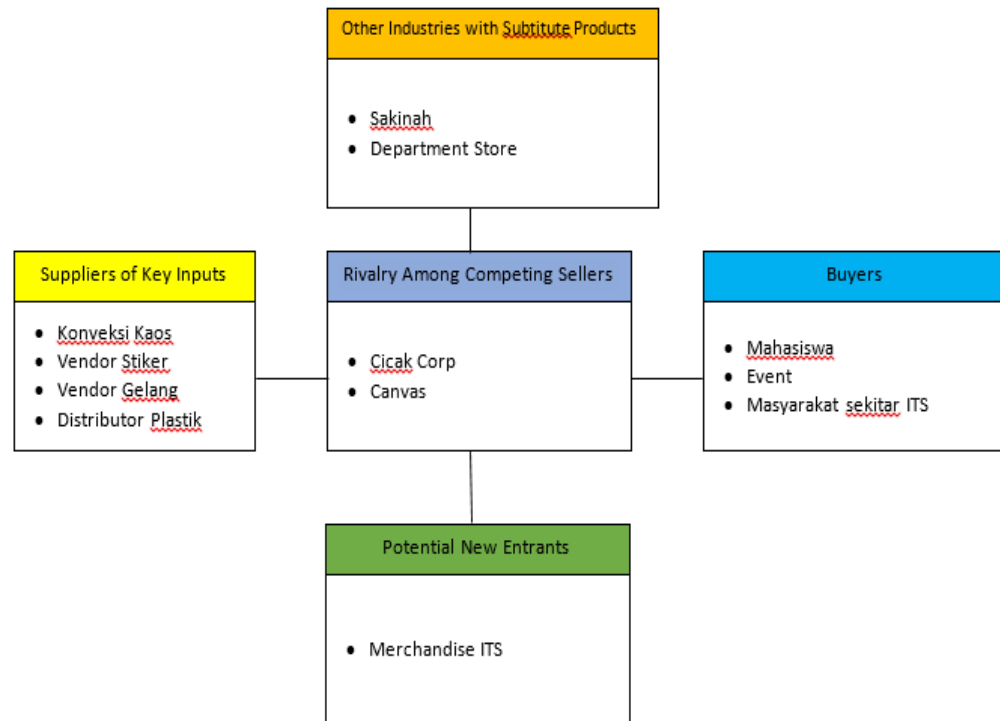
Permintaan barang setiap bulannya dapat terbilang cukup lumayan sehingga untuk pemenuhan order UD. Pelo Apparel saat ini telah memiliki 3 pegawai. Untuk perkembangan bisnis seharusnya minimal dibutuhkan tiga jenis sumber daya yang dapat menunjang bisnis tersebut. Sumber Daya tersebut yakni Sumber Daya Manusia (SDM), Sumber Daya Organisasi (SDO), serta Sumber Daya Informasi (SDI). U.D Pelo Apparel dapat dikatakan belum memenuhi ketiga sumber daya tersebut sehingga salah satu hal yang terpengaruhi terletak pada manajemen administrasi pada bisnisnya yang kini masih belum dilakukan otomatisasi secara real time. Hal tersebut menyulitkan Mas Gusti dalam melihat record penjualan secara real time.

Maka dari itu kami berencana untuk mengimplementasikan sebuah ERP yang open-source untuk UD. Pelo Apparel agar proses bisnis yang ada di dalamnya dapat ditangani dengan efektif. Dengan menggunakan prinsip *make-to-order*, kami akan mengimplementasikan ERP (atau lebih tepatnya *Odoo*) kepada UD. Pelo Apparel dengan persetujuan langsung dari pemiliknya, Mas Gusti.



B. Analisis Industri

B.1 Porter's Five Force



Rivalry among competing sellers

Usaha Mikro dibidang Fashion cukup banyak di Surabaya, namun setiap penjual memiliki kelebihan dan kelemahan produknya masing-masing. UD. Pelo Apparel sendiri merupakan Usaha Mikro yang dikhususkan kepada Mahasiswa ITS dan masyarakat lingkungan ITS. Di lingkungan ITS pun terdapat usaha mikro yang serupa, namun UD. Pelo Apparel dapat bersaing dalam segi harga dan kualitas. UD. Pelo Apparel memiliki harga yang terjangkau serta kualitas yang bagus, dapat menjangkau pelanggan di semua kalangan, baik masyarakat dengan kelas ekonomi rendah ataupun masyarakat dengan kelas ekonomi tinggi. Untuk pemesanan pun juga dapat dilakukan setiap saat. Sedangkan pesaing lain seperti Cicak Corp, mereka hanya membuka pesanan beberapa kali saja. Berbeda dengan UD. Pelo yang selalu konsisten dalam menjualkan produknya. Dalam segi harga, Cicak Corp dan juga Canvas jauh lebih mahal jika dibandingkan dengan UD. Pelo Apparel, dengan catatan bahan dasar yang sama.

Berdasarkan analisis pesaing tersebut, jika dilakukan perbandingan, maka UD. Pelo Apparel lebih unggul dalam segi harga dan konsistensi produk jika dibandingkan dengan pesaing/kompetitornya yaitu Cicak Corp dan Canvas.

Other industries with substitute products

Untuk produk pengganti, UD. Pelo Apparel memiliki pesaing diluar produk fashion mereka (jaket, kaos, gelang), yaitu Sakinah dan Department Store. Secara keseluruhan, UD. Pelo Apparel unggul dalam segi jaket, kaos, dan gelang yang dikhususkan untuk Mahasiswa ITS. Banyak mahasiswa yang memilih untuk menggunakan produk UD. Pelo karena mereka dapat membanggakan almamater ITS dan tetap dengan fashion yang kekinian.

Buyers

UD. Pelo Apparel memiliki cukup banyak pembeli, namun pembeli produk UD. Pelo mayoritas berasal dari kalangan Mahasiswa ITS. Untuk masalah harga, UD. Pelo Apparel memiliki kontrol untuk menentukan harga. Kategori pembeli yang dimiliki oleh UD. Pelo Apparel adalah end customer (membeli secara ecer/bijian atau dalam jumlah besar).

Dengan demikian, UD. Pelo Apparel memiliki potensial pembeli yang baik, karena selain memiliki banyak pembeli, UD. Pelo Apparel tetap bisa melakukan kontrol harga terhadap pembeli, bukan sebaliknya.

Suppliers of Key Inputs

UD. Pelo Apparel memiliki supplier Konveksi Kaos dan vendor gelang untuk mencetak produk mereka dalam jumlah yang banyak untuk digunakan sebagai stock mereka. Ada juga supplier stiker untuk mencetak logo UD. Pelo yang diperuntukan marketing UD. Pelo Apparel itu sendiri. Dan ada supplier plastik untuk keperluan packaging.

Potential New Entrances

UD. Pelo Apparel memiliki potensial rival yang baru yaitu “Merchandise ITS” yang juga merupakan usaha mikro dibidang fashion dan juga ditujukan untuk mahasiswa ITS. Namun untuk usaha mikro “Merchandise ITS”, mereka baru saja berdiri. Jadi bisa dikatakan bahwa “Merchandise ITS” belum bisa bersaing dengan UD. Pelo Apparel, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk persaingan bisnis dengan UD. Pelo Apparel.

C. Analisis Perusahaan

UD. Pelo Apparel merupakan salah satu brand yang diminati bagi kalangan mahasiswa ITS. UD. Pelo Apparel memiliki beberapa produk andalan yakni jaket, kaos dan gelang. Dengan fokus pemasaran berbasis online UD. Pelo Apparel menjadi salah satu brand anak muda masa kini. Pada bagian produksi UD. Pelo Apparel menyerahkannya kepada vendor yang telah dipilih oleh anggotanya dan menjaga kualitas hasil barang jadi. Secara Singkat Analisis Perusahaan UD. Pelo Apparel dapat dilihat dari table berikut :

Jumlah Tenaga Kerja	<10	
Aset tidak termasuk tanah dan bangunan	Laptop, Telfon Genggam, dan Kamera	
Pemasukkan per tahun	Asset	Omzet per tahun
	20.000.000	36.000.000
Produk yang diproduksi	Jaket, Kaos, dan Gelang	
Proses Bisnis yang dijalankan	<ul style="list-style-type: none">- Mendesain Produk- Mempromosikan Produk- Membuka Purchase Order- Mendata Pemesanan- Menyerahkan PO ke Vendor- Mengambil Produk dari Vendor- Pengemasan Produk- Penyimpanan Produk sisa- Penjualan Produk sisa	
Pembagian Kerja di Perusahaan	<ul style="list-style-type: none">- 1 orang CEO yang memiliki kedudukan tertinggi dalam struktur organisasi	

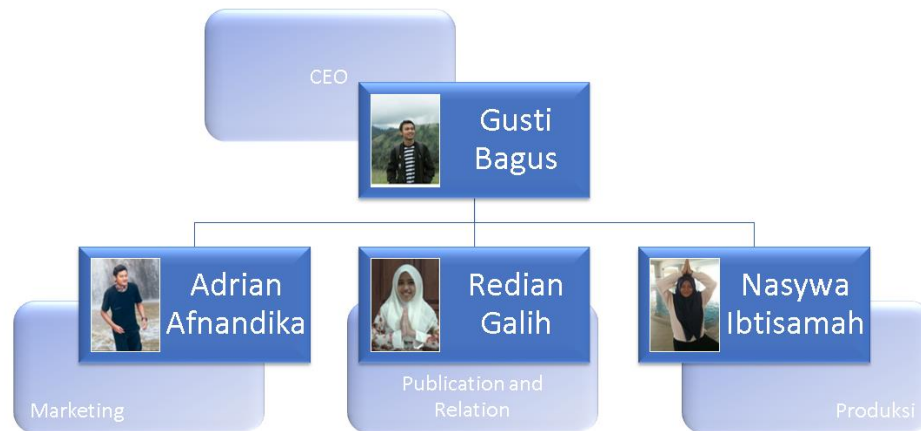
	<ul style="list-style-type: none"> - 1 orang Kepala <i>Sales & Marketing</i> yang bertanggungjawab Penjualan dan pemasaran produk - 1 orang Kepala <i>Publication & Relationship</i> bertanggungjawab mengenai pengenalan nama UD. Pelo Apparel dan menjalin relasi dengan perusahaan lain - 1 orang Kepala <i>Production</i> bertanggungjawab mengenai segala macam produksi produk di UD. Pelo Apparel
Cara Perusahaan menilai kinerjanya	Pello Apparel menilai kinerja perusahaan dengan cara menilai dari konsumen yang memesan produk pello perbulannya. Jika dirasa perlu adanya evaluasi karena adanya penurunan maka akan diadakan pertemuan setiap divisi.
Teknologi Informasi yang sudah diterapkan	Penggunaan Media Sosial saja dalam publikasi dan pemasaran. Dalam pendataan belum ada.

C.1 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : UD. Pelo Apparel
 Tahun didirikan : 2016
 Jenis Usaha : Usaha Mikro
 Bidang : Fashion
 Nama Pendiri : Gusti Bagus S
 Jumlah Tenaga Kerja : 4 orang
 Alamat : Jl. Bumi marina emas E107, Keputih, Sukolilo, Surabaya
 No. Telp : 082234893284
 Instagram : @merchandise_its

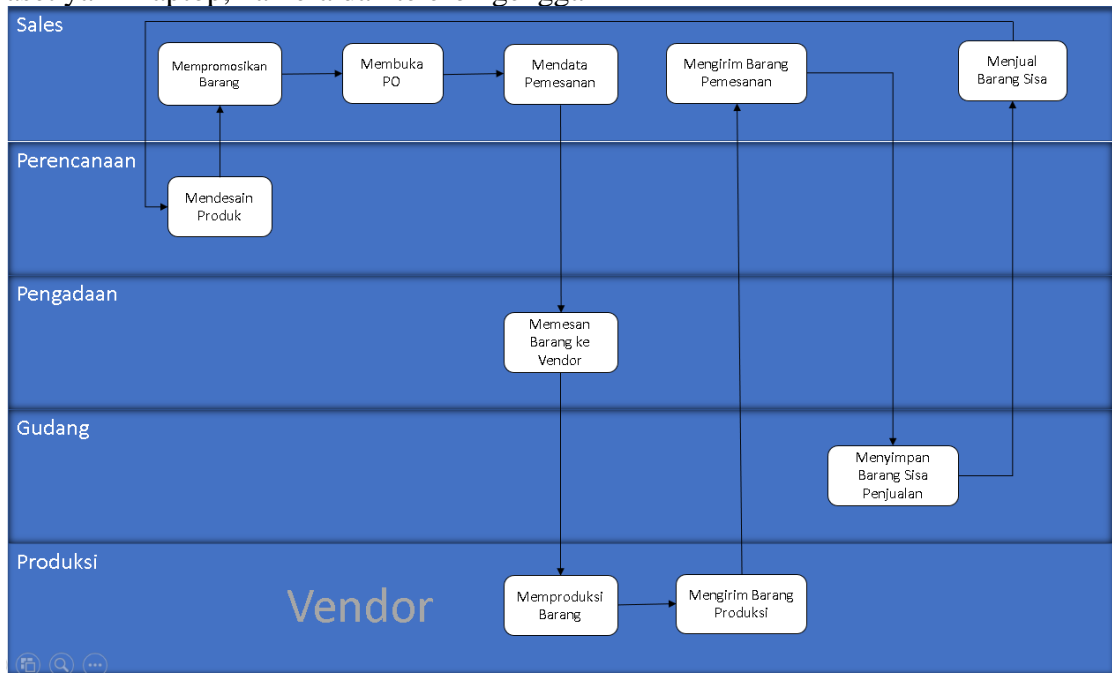
C.2 Struktur Organisasi

Jumlah tenaga kerja pada UD. Pelo Apparel adalah 4 orang dengan struktur organisasinya dibagi menjadi 3 divisi yaitu *Marketing*, *Publication Relation* dan *Production*.



C.3 Proses Bisnis

Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya UD. Pello Apparel memiliki beberapa aset yakni laptop, kamera dan telepon genggam



C.4 Pendapatan dan Penilaian Kinerja Perusahaan

Dalam segi pendapatan Pello Apparell mampu memperoleh penghasilan sekitar Rp.36.000.000,00 per tahunnya. Hal ini sangatlah wajar mengingat Pello merupakan Grand Design yang banyak diminati di kalangan remaja terutama mahasiswa ITS Surabaya. Dalam sebulan Pello mampu menjual 10 buah jaket dengan harga setiap buahnya mencapai Rp. 190.000,00, 16 buah kaos dengan harga setiap buahnya mencapai Rp.90.000,00 dan 20 buah wristband(gelang timbul) dengan harga setiap buahnya mencapai Rp. 15.000,00. Adapun aset yang dimiliki Pello pada saat ini yakni Kamera, Handphone, Laptop, dan Komputer

Selama perjalanannya Pello Apparel mengalami peningkatan pendapatan yang lumayan pesat. Setiap bulannya Pello pasti memiliki design baru yang berguna untuk

memberikan angin segar kepada konsumen agar tidak bosan dengan produk lama. Setiap bulannya akan ada penilaian kinerja berdasarkan pendapatan yang di peroleh dan berapa banyak konsumen yang memesan produk Pello. Bila dirasa perlu adanya evaluasi karena penurunan dalam segi pendapatan dan pemesanan maka akan diadakan pertemuan divisi guna membahas strategi untuk produksi selanjutnya. Ironisnya dalam perjalanan karirnya Pello tidak pernah melakukan pencatatan transaksi setiap konsumen. Sebagian besar aktifitas Pello dilakukan secara online baik dari Open PO, hingga menghubungi Vendor. Maka dari itu perlu adanya implementasi ERP yang baik agar dapat meningkatkan berkembangnya Pello Apparel menjadi merk Global yang dinanti-nanti.

C.5 Teknologi Informasi yang telah diterapkan

Untuk pencatatan transaksinya, Pello Apparel belum menerapkan Teknologi Informasi untuk mendukung proses bisnisnya. Tetapi, proses Open PO dan Promosi dilakukan secara online melalui akun resmi Pello Apparel.

D. Cakupan dan Komitmen Implementasi ERP





Bagian ini menjelaskan cakupan dan persetujuan pemilik bisnis/perusahaan dalam perencanaan implementasi Odoo Open ERP untuk bisnis/perusahaannya.

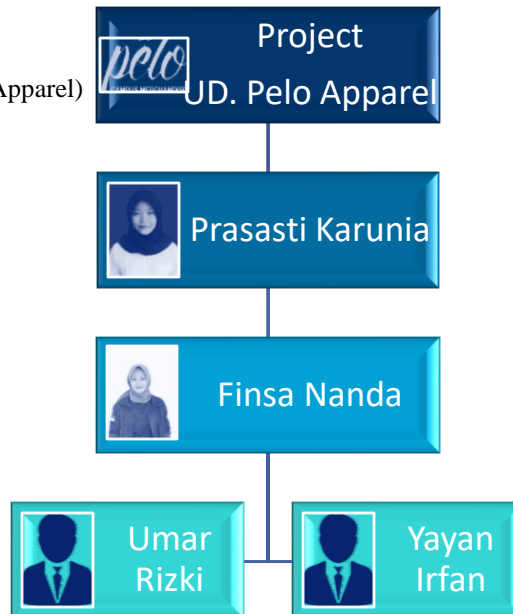
Scope & Planning	Top Management Support	Gusti Bagus S selaku CEO UD. Pello Apparel menyetujui adanya implementasi odoo open ERP untuk perusahaannya. Karena dengan penerapan Odoo ERP memungkinkan adanya peningkatan dari berbagai aspek perusahaan terutama kinerja perusahaan yang lebih tertata dan rapi sehingga dapat melihat dengan jelas peningkatannya.
	Physical Scope	Kantor UD.. Pello Apparel, Bumi Marina Emas E107, Keputih, Sukolilo, Surabaya. Pekerja yang dimiliki sebanyak 4 orang yakni CEO, Kepala Marketing, Kepala Publikasi dan Relasi serta Kepala Produksi
	BPR (Business Process Reengineering) Scope	Implementasi Odoo Open ERP menyesuaikan dengan proses bisnis yang ada dan sedang berjalan (sesuai keadaan) sehingga penggunaan modul juga akan menyesuaikan
	Resource Scope	Alokasi sumber daya ini akan dijelaskan secara terperinci di bagian E pada struktur organisasi, dan WBS.
	Implementation Scope	Modul yang digunakan dalam implemetasi ini adalah Sales, Inventory dan Financial

E. Rencana Implementasi ERP

E.1 Struktur Organisasi Proyek

Keterangan :

-  : Customer Proyek (UD. Pelo Apparel)
-  : Project Manager
-  : Project Functional
-  : Project Technical



E.2 Work Breakdown Structure (WBS)

Level	WBS	Task Description
1	1	Perencanaan
2	1.1	Menentukan jumlah produksi
2	1.2	Membuat desain produk
3	1.2.1	Mendesain detail produk
3	1.2.2	Finishing desain produk
2	1.3	Survei Vendor
3	1.3.1	Mencari data vendor
3	1.3.2	Menentukan vendor
3	1.3.3	MoU dengan vendor
2	1.4	Mencari model untuk branding
2	1.5	Website dan media sosial
3	1.5.1	Membuat website UD. Pelo
3	1.5.2	Membuat instagram UD. Pelo

3	1.5.3	Membuat akun line
1	2	Pengadaan
2	2.1	Memesan barang ke vendor
3	2.1.1	Memberikan desain produk
3	2.1.2	Memberikan list ukuran
3	2.1.3	Memberikan data jumlah produksi
3	2.1.4	Menentukan jangka waktu produksi
3	2.1.5	Memberikan DP/uang muka
1	3	Penjualan
2	3.1	Promosi produk
3	3.1.1	Memposting produk di line
3	3.1.2	Memposting produk di instagram
3	3.1.3	Memposting produk di website
2	3.2	Membuka Preorder
3	3.2.1	Membuat form order
2	3.3	Mendata pemesanan
3	3.3.1	Merekap nama pemesan
3	3.3.2	Merekap jumlah pesanan
2	3.4	Pembayaran oleh customer
3	3.4.1	Merekap pembayaran customer
2	3.5	Pengumuman barang ready
3	3.5.1	Mengontak customer
3	3.5.2	Perencanaan pengiriman barang
2	3.6	Pengiriman barang ke customer
3	3.6.1	Melakukan pengiriman lewat jne
3	3.6.2	Menerima konfirmasi dari customer
2	3.7	Penjualan stok sisa
3	3.7.1	Mendata stok sisa
3	3.7.2	Menjual stok sisa

1	4	Produksi
2	4.1	Vendor memproduksi barang
3	4.1.1	Menyiapkan bahan baku
3	4.1.2	Proses produksi barang
2	4.2	Pengemasan barang
2	4.3	Pengiriman produk jadi
3	4.3.1	Pengantaran produk ke UD. Pelo
1	5	Pergudangan/inventory
2	5.1	Penyimpanan barang
3	5.1.2	Menghitung jumlah barang
2	5.2	Pendataan stok sisa
3	5.1.2	Menyimpan stok sisa