

PENERAPAN SISTEM *ENTERPRISE RESOURCE PLANNING* (ERP) BERBASIS ESENSI SOLUSI BUANA *POINT OF SALE* (ESB POS) UNTUK MENINGKATKAN EFEKTIVITAS BISNIS PADA UMKM DIMSUM SURGA

M Aqila Musyaffa¹; Erna Maulina²; R Anang Muftiadi³

^{1,2,3}*Department of Business Administration, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia*

email : aqila22002@mail.unpad.ac.id¹; erna.maulina@unpad.ac.id²; anang.muftiadi@unpad.ac.id³

Submitted: 23-01-2026; Accepted: 05-02-2026; Published: 27-02-2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas bisnis pada UMKM Dimsum Surga melalui penerapan *Enterprise Resource Planning* (ERP) berbasis Esensi Solusi Buana *Point Of Sale* (ESB POS). Metode yang digunakan pada proyek ini adalah applied research dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan analisis data transaksi sebelum dan sesudah penerapan sistem. Hasil proyek menunjukkan bahwa penerapan ERP berbasis ESB POS mampu meningkatkan efektivitas operasional bisnis. Penerapan strategi seperti *social media marketing*, pelatihan karyawan, pembuatan SOP ESB POS, dan penggunaan sistem, berhasil meningkatkan kepuasan konsumen, kenyamanan karyawan, dan berdampak pada peningkatan jumlah penjualan secara signifikan. Dengan demikian, penerapan sistem ERP berbasis ESB POS yang diterapkan pada UMKM Dimsum Surga berhasil meningkatkan efektivitas bisnis. Rekomendasi diberikan untuk terus mengembangkan dan memperbaiki sistem dan strategi yang sudah berjalan agar *workflow* yang dijalankan karyawan UMKM Dimsum Surga semakin optimal dan menjaga kepuasan konsumen secara berkelanjutan.

Kata kunci: *Enterprise Resource Planning*, ESB POS, Efektivitas Bisnis, UMKM

ABSTRACT

This research aims to improve business effectiveness at the SMEs Dimsum Surga through the implementation of an Enterprise Resource Planning (ERP) system based on Esensi Solusi Buana Point of Sale (ESB POS). The method used in this project is applied research with qualitative and quantitative approaches. Data collection techniques include observation, interviews, and analysis of transaction data before and after system implementation. The project results indicate that the implementation of the ERP-based ESB POS system is able to enhance business operational effectiveness. The application of supporting strategies such as social media marketing, employee training, the development of ESB POS Standard Operating Procedures (SOPs), and system utilization successfully increased customer satisfaction and employee work convenience, which significantly impacted the increase in sales volume. Thus, the implementation of the ERP-based ESB POS system at Dimsum Surga SMEs has proven to be effective in improving overall business effectiveness. Recommendations are provided to continuously develop and improve the existing systems and strategies in order to optimize employee workflows and maintain sustainable customer satisfaction

Key word: *Enterprise Resource Planning*, ESB POS, Business Effectiveness, Small and Medium Enterprises (SMEs).

PENDAHULUAN

Salah satu unit usaha yang berpengaruh besar dalam pembangunan perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, UMKM

menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional atau senilai Rp9.580 triliun. Kontribusi tersebut menegaskan bahwa UMKM menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia karena mampu menggerakkan konsumsi, distribusi, dan produksi secara luas pada berbagai sektor.

Di tengah pesatnya transformasi digital, UMKM menghadapi tantangan yang semakin kompleks dan perlu diatasi agar tidak tertinggal. Tantangan tersebut berkaitan dengan inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, *branding* dan pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia, serta peningkatan penjualan. Dalam konteks ini, digitalisasi bukan lagi sekadar tren, melainkan kebutuhan agar UMKM bisa bertahan pada pola konsumsi baru yang semakin mengutamakan kecepatan layanan, kemudahan transaksi, dan pengalaman pelanggan yang konsisten.

Salah satu jenis UMKM yang terus berkembang dan diperkirakan tidak akan hilang adalah usaha makanan dan minuman. Sektor ini memiliki pasar yang luas karena kebutuhan konsumsi bersifat rutin, serta mudah beradaptasi dengan tren yang berubah cepat. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI pada tahun 2020, Sandiaga Uno, menyampaikan bahwa kuliner atau makanan dan minuman merupakan salah satu lokomotif kebangkitan industri kreatif Indonesia. Dalam konteks tersebut, salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner dan menunjukkan perkembangan adalah Dimsum Surga yang berdiri sejak tahun 2024.



Gambar 1 Logo Dimsum Surga
Sumber : Pemilik Dimsum Surga (2025)

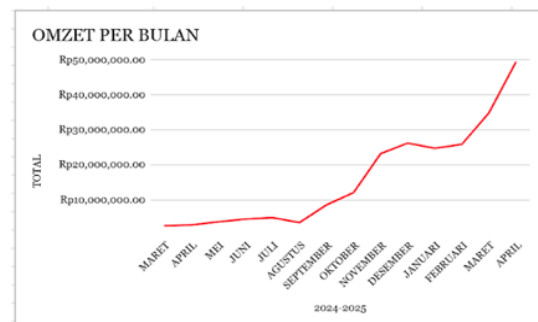
Dimsum Surga memiliki *tagline* “Surganya Dimsum di Jatinangor” dan pada awal berdirinya menerapkan strategi penjualan berbasis *pre-order*, aktif mengikuti bazaar, serta membuka pemesanan melalui sistem *reseller*. Keunggulan Dimsum Surga terletak pada kombinasi kualitas rasa, tampilan produk yang menarik, serta harga yang relatif terjangkau. Karena itu, produk ini cukup digemari oleh kalangan pelajar, mahasiswa, maupun masyarakat umum.

Dimsum Surga berlokasi di Jalan Kolonel Ahmad Syam No. 22 Jatinangor, Sumedang, dan berdiri pada 20 Maret 2024.



Gambar 2 Outlet Dimsum Surga
Sumber : Google Maps, Desember (2024)

Dimsum Surga memiliki target konsumen yang cukup spesifik, yaitu mahasiswa di daerah Jatinangor. Hal ini didasarkan pada letak geografis Jatinangor yang merupakan kawasan pendidikan tinggi dengan keberadaan beberapa perguruan tinggi ternama seperti Universitas Padjadjaran (UNPAD), Institut Teknologi Bandung (ITB) Kampus Jatinangor, Institut Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN), dan Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN), yang menjadikan daerah ini ramai oleh aktivitas mahasiswa. Meskipun mahasiswa menjadi sasaran utama, Dimsum Surga tidak menutup kemungkinan untuk menjangkau konsumen dari kalangan masyarakat umum di sekitar Jatinangor, termasuk penduduk lokal dan pegawai instansi, sehingga strategi pemasaran yang diterapkan tetap mempertimbangkan keberagaman segmen pasar yang potensial.

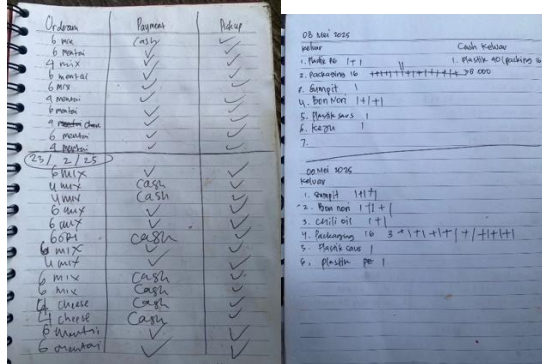


Gambar 3 Grafik Omzet Usaha
Sumber : Pemilik Dimsum Surga (2025)

Berdasarkan grafik perkembangan omzet bulanan UMKM Dimsum Surga selama periode Maret 2024 hingga April 2025, terlihat adanya tren pertumbuhan yang konsisten dan signifikan. Pola ini menunjukkan bahwa Dimsum Surga telah berhasil membangun daya tarik tersendiri di tengah persaingan pasar kuliner dan mampu menjangkau konsumen secara lebih luas dari waktu ke waktu. Kenaikan ini menjadi indikator bahwa usaha tersebut telah memperoleh segmen pasar yang potensial serta memiliki permintaan yang terus tumbuh. Temuan ini memperkuat asumsi bahwa Dimsum Surga memiliki prospek pengembangan yang menjanjikan, sehingga penting untuk didukung dengan sistem manajemen yang lebih terstruktur agar potensi pasar tersebut dapat dioptimalkan secara berkelanjutan.

Dalam menjalankan operasionalnya, Dimsum Surga aktif melayani konsumen baik secara langsung di *outlet* maupun melalui pemesanan *online* via WhatsApp. Pola pelayanan ini dilakukan untuk menjangkau konsumen dari berbagai segmen, khususnya mahasiswa dan masyarakat sekitar Jatinangor yang memiliki preferensi berbeda dalam berbelanja makanan. Selain itu Dimsum Surga juga

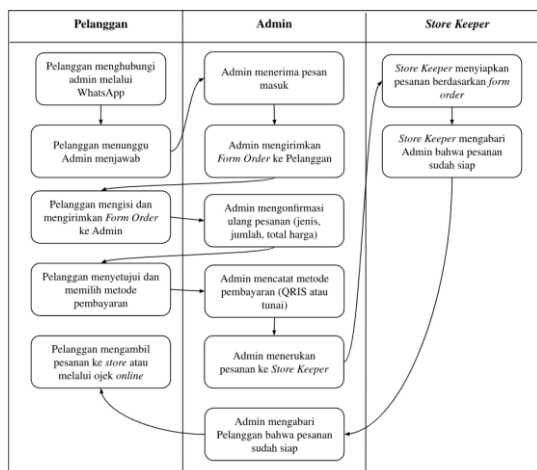
telah hadir di aplikasi *online* seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Hal ini menunjukkan bahwa Dimsum Surga berpotensi untuk dapat menjangkau lebih banyak konsumen dari berbagai *platform*.



Gambar 4 Pencatatan Manual
Sumber: Pemilik Dimsum Surga (2025)

Namun, hingga saat ini Dimsum Surga masih melakukan sistem pencatatan keuangan dan persediaan secara manual, dokumentasi transaksi yang tidak terdigitalisasi, dan pemesanan konsumen masih bergantung pada aplikasi WhatsApp. Dengan tidak adanya sistem tersebut menyebabkan pencatatan transaksi penjualan oleh store keeper menjadi kurang efisien dan rentan terjadi kesalahan.

Selain itu pemesanan via *online* melalui WhatsApp dirasa kurang efektif karena calon konsumen perlu menunggu respon dari admin dan dalam banyak kasus pesan tidak segera dibalas atau bahkan terabaikan dan juga manajer operasional dan keuangan kesulitan dan butuh ketelitian untuk memantau jumlah persediaan serta biaya pengeluaran dan pendapatan usaha.



Gambar 5 Flow Pemesanan melalui WhatsApp
Sumber : Olahan Penulis (2025)

Salah satu solusi yang semakin relevan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah pemanfaatan teknologi informasi berbasis *Enterprise Resource Planning (ERP)*. Sistem *ERP* hadir sebagai

solusi yang mampu mengintegrasikan seluruh proses bisnis dalam satu *platform* terstruktur. Menurut Leon (2008), *ERP* didefinisikan sebagai sistem informasi terintegrasi yang dirancang untuk mengotomatisasi proses bisnis utama seperti akuntansi, inventaris, dan pengadaan.

ERP memungkinkan aliran informasi yang efisien antar bagian serta meningkatkan akurasi data dan efisiensi operasional. Sementara itu, Laudon dan Laudon (2018) menegaskan bahwa *ERP* tidak hanya berfungsi sebagai perangkat lunak manajemen, tetapi juga sebagai alat strategis untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis data secara *real-time*. Namun demikian, implementasi *ERP* konvensional pada *UMKM* sering dianggap tidak praktis karena kompleksitas sistem, biaya implementasi, serta kebutuhan tenaga kerja dengan kompetensi teknis. Oleh sebab itu, alternatif yang lebih sederhana dan terjangkau menjadi relevan, salah satunya adalah aplikasi kasir digital berbasis *ERP* seperti *ESB POS (Esensi Solusi Buana Point of Sale)*.



Gambar 6 Logo ESB POS
Sumber : ESB POS Lite (2025)

ESB POS merupakan sistem berbasis *cloud* yang dirancang khusus untuk pelaku usaha, terutama di industri makanan dan minuman (*F&B*). Aplikasi ini mencakup fitur pencatatan penjualan otomatis, pemesanan *online* melalui *website* yang dapat mengurangi ketergantungan admin, manajemen stok bahan baku, pembuatan laporan keuangan, serta *dashboard* analitik yang dapat diakses secara *real-time* melalui ponsel atau komputer (*ESB, 2023*). Keunggulan utama *ESB POS* terletak pada kemudahan implementasi tanpa memerlukan infrastruktur IT yang kompleks, serta antarmuka yang *user-friendly* dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan bisnis skala kecil hingga menengah.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis tertarik melakukan inisiasi proyek mengenai penerapan sistem *ERP* berbasis aplikasi kasir *ESB POS* pada *UMKM* Dimsum Surga, sekaligus mengevaluasi sejauh mana sistem ini mampu meningkatkan efektivitas usaha. Efektivitas yang dimaksud mencakup proses pencatatan persediaan barang dan keuangan, pemesanan *online*, transaksi penjualan yang memudahkan konsumen dan store keeper, serta bagaimana sistem tersebut dapat memengaruhi peningkatan penjualan.

Urgensi kajian dalam penelitian ini terletak pada adanya kesenjangan yang jelas antara kondisi eksisting pengelolaan operasional *UMKM* dan solusi digital yang ditawarkan melalui penerapan sistem

Enterprise Resource Planning (ERP). Pada kondisi aktual, UMKM Dimsum Surga masih menghadapi berbagai permasalahan operasional, seperti pencatatan transaksi yang belum terintegrasi, pengelolaan persediaan yang bersifat manual, serta keterbatasan akses data secara *real-time* untuk pengambilan keputusan manajerial. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan inefisiensi operasional, kesalahan pencatatan, serta keterlambatan informasi yang berdampak pada kinerja bisnis secara keseluruhan.

Sementara itu, meskipun sistem ERP telah banyak dikaji dalam konteks perusahaan skala besar, kajian empiris mengenai implementasi ERP pada UMKM, khususnya pada sektor kuliner dengan keterbatasan sumber daya, masih relatif terbatas. Apabila kesenjangan ini tidak ditangani, maka pengembangan kajian akademik terkait digitalisasi UMKM akan cenderung bersifat normatif dan kurang kontekstual. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik berupa pemahaman empiris mengenai efektivitas penerapan ERP pada UMKM, sekaligus menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam pengembangan model digitalisasi bisnis skala kecil dan menengah. Dengan demikian, digitalisasi melalui sistem yang sesuai seperti ESB POS dapat menjadi langkah nyata untuk mendorong UMKM naik kelas, memperkuat daya saing, serta mempertahankan keberlanjutan usaha di tengah perubahan ekonomi dan teknologi yang semakin cepat.

Dengan demikian, digitalisasi melalui sistem yang sesuai seperti ESB POS dapat menjadi langkah nyata untuk mendorong UMKM naik kelas, memperkuat daya saing, serta mempertahankan keberlanjutan usaha di tengah perubahan ekonomi dan teknologi yang semakin cepat.

LANDASAN TEORI

Enterprise Resource Planning (ERP)

Enterprise Resource Planning (ERP) adalah sistem perangkat lunak terintegrasi yang mengonsolidasikan, mengelola, dan mengorganisasikan data bisnis dalam satu *platform*, sehingga proses-proses inti seperti akuntansi, manajemen persediaan, penjualan, pengadaan, dan fungsi lain dapat berjalan otomatis dan saling terhubung (Leon, 2008).

User Satisfaction dalam Implementasi ERP

Kepuasan pengguna (*user satisfaction*) merupakan indikator kunci keberhasilan implementasi sistem informasi, termasuk *ERP*. Dalam model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean, *user satisfaction* menjadi variabel penting untuk mencerminkan sejauh mana pengguna

menilai sistem membantu pekerjaan mereka secara efektif dan efisien (DeLone & McLean, 2003, 2016)

ESB POS sebagai Solusi ERP untuk UMKM

ESB POS adalah sistem *ERP* ringan berbasis *cloud* yang dirancang untuk bisnis F&B di Indonesia, termasuk UMKM. (ESB, 2023)

Efektivitas Bisnis

Indikator efektivitas dapat dilihat melalui pencapaian target, kemampuan adaptasi, kepuasan kerja, dan tanggung jawab organisasi dalam menjalankan mandat serta menyelesaikan masalah (Tangkilisan, 2005).

Social Media Marketing

Social media marketing adalah pendekatan pemasaran yang memanfaatkan *platform* jejaring sosial untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek, serta membangun hubungan dengan konsumen secara langsung dan interaktif. Menurut Tuten dan Solomon (2018), *social media marketing* dapat didefinisikan sebagai “*the use of social networking websites and social media platforms to market a company's products and services*” yang menekankan pada penggunaan media sosial.

Pelatihan Karyawan

Pelatihan karyawan (*employee training*) adalah proses sistematis untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan perilaku karyawan agar dapat melaksanakan pekerjaan secara lebih efektif dan efisien. Menurut Noe et al. (2017), pelatihan adalah usaha terencana oleh organisasi untuk memfasilitasi pembelajaran karyawan terkait kompetensi yang diperlukan dalam pekerjaan. Hal ini meliputi baik peningkatan pengetahuan teknis, kemampuan operasional, maupun soft skill.

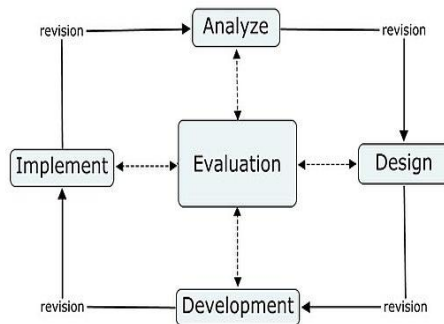
Standar Operasional Prosedur (SOP)

Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan dokumen yang berisi panduan atau langkah-langkah baku yang harus diikuti untuk memastikan suatu aktivitas dilaksanakan secara konsisten, efektif, dan efisien. Menurut Wignjosoebroto (2003), SOP adalah pedoman tertulis yang dibakukan mengenai tata cara pelaksanaan kegiatan operasional organisasi, bagaimana, kapan, dan oleh siapa dilakukan.

ADDIE Model

Konsep ini digunakan untuk merancang dan mengembangkan solusi berbasis sistem informasi,

pelatihan, maupun perangkat lunak. (Dikembangkan oleh Florida State University)



Gambar 7 Addie Model Framework
 Sumber: Florida State University, 1975

Model ini terdiri dari lima tahapan utama, yaitu :

- 1) Analisis
- 2) Desain
- 3) Pengembangan
- 4) Implementasi
- 5) Evaluasi

METODE PENELITIAN

Objek proyek ini berfokus pada peningkatan efektivitas bisnis melalui penerapan sistem *Enterprise Resource Planning (ERP)* berbasis Esensi Solusi Buana Point of Sales (ESB POS), yang didukung oleh pengembangan strategis berupa pembuatan konten dan promo, pelatihan karyawan terkait penggunaan ERP ESB POS, serta penyusunan SOP ESB POS. Kerangka pelaksanaan proyek menggunakan model ADDIE yang mencakup tahapan *Analysis*, *Design*, *Development*, *Implementation*, dan *Evaluation*.

Metode proyek yang digunakan adalah Penelitian Terapan (*Applied Research*), yaitu penelitian yang diarahkan untuk memberikan solusi praktis terhadap masalah nyata yang dihadapi organisasi atau bisnis. Proyek ini bersifat deskriptif-analisis karena tidak hanya mengkaji kondisi yang ada, tetapi juga langsung mengimplementasikan solusi dalam aktivitas operasional Dimsum Surga. Baimyrzaeva (2018) menjelaskan bahwa penelitian terapan dirancang untuk menghasilkan pemecahan masalah yang dapat digunakan secara langsung, berbeda dari penelitian dasar yang lebih menekankan pengembangan teori.

Desain Proyek

Tabel 1 Desain Proyek

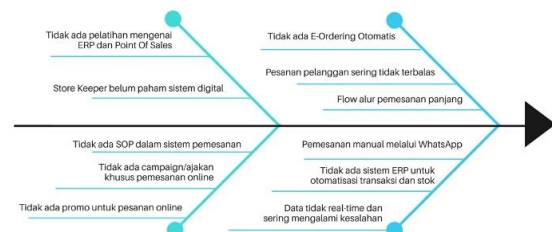
Kegiatan	Deskripsi
Analisis	Kegiatan menganalisis data primer dan sekunder dan penentuan latar belakang proyek
Desain	Menentukan desain proyek

Development	Fokus pada pembuatan materi dan system yang akan diterapkan
Implementation	Menjalankan proyek secara langsung sesuai dengan <i>timeline</i> yang telah ditentukan
Evaluation	Kegiatan mengevaluasi efektivitas proyek berdasarkan <i>outcome</i> dan <i>benefit</i> yang di targetkan penentuan 344 langkah selanjutnya untuk melanjutkan proyek terbaru sebagai optimalisasi hasil proyek sebelumnya

Sumber : Olahan Penulis (2025)

Analisis

Penulis menganalisis situasi bisnis yang terjadi di Dimsum Surga dan mendapati bahwa kegiatan bisnis masih dilakukan secara manual seperti pencatatan transaksi dan *inventory*. Selain itu, pemesanan *online* juga masih dilakukan secara manual melalui WhatsApp dan dirasa kurang efektif karena calon pelanggan perlu menunggu respon dari admin dan dalam banyak kasus pesan tidak segera dibalas atau bahkan terabaikan dan juga butuh ketelitian untuk memantau jumlah persediaan serta biaya pengeluaran dan pendapatan usaha. Tahap analisis dilakukan dengan mengamati kondisi operasional dan mengidentifikasi akar masalah menggunakan *Fishbone Diagram*;



Gambar 8 Fishbone Diagram
 Sumber : Olahan Penulis (2025)

Desain

Tahap desain menetapkan strategi perbaikan seperti penentuan fitur sistem, modul pelatihan, draf SOP, serta rencana konten dan promosi. Selain itu, di tahap ini menargetkan proyek sebagai indikator keberhasilan dalam berjalannya proyek. Berikut merupakan penjelasan metode SMART (*Specific, Achievable, Realistic, Time Frame*)

Kepuasan Pelanggan (*Outcome*) :

- *Specific* : Meningkatkan kepuasan konsumen sebelum dan sesudah implementasi ESB POS pada UMKM Dimsum Surga.
- *Measureable* : Terdapat peningkatan signifikan nilai rata-rata kepuasan

konsumen berdasarkan hasil Uji Paired Sample t-test

- *Achievable* : Peningkatan dicapai melalui perbaikan kualitas layanan, kemudahan pemesanan, dan kecepatan transaksi
- *Relevant* : Kepuasan konsumen mencerminkan keberhasilan strategi proyek dan memenuhi kebutuhan konsumen
- *Time Frame* : Proyek akan berjalan mulai dari September – November 2025

Kenyamanan Karyawan (*Outcome*) :

- *Specific* : Meningkatkan kenyamanan karyawan dalam menjalankan aktivitas operasional setelah penerapan sistem ESB POS.
- *Measureable* : Berdasarkan hasil wawancara, karyawan menyatakan kemudahan dalam bekerja, penurunan beban kerja manual, dan peningkatan efisiensi
- *Achievable* : Sistem ESB POS menyediakan fitur otomatisasi transaksi dan pencatatan yang mempermudah pekerjaan karyawan
- *Relevant* : Kenyamanan kerja karyawan berpengaruh terhadap produktivitas dan kualitas layanan
- *Time Frame* : Proyek akan berjalan mulai dari September – November 2025

Peningkatan Penjualan (*Benefit*) :

- *Specific* : Meningkatkan Penjualan produk setelah penerapan ESB POS dan masifnya konten media sosial UMKM Dimsum Surga.
- *Measureable* : Terjadi peningkatan penjualan sebesar 10-20% dibandingkan periode sebelum proyek
- *Achievable* : Target realistis karena konten dan promosi dilakukan secara konsisten dan menjangkau pasar lebih luas
- *Relevant* : Penjualan merupakan indikator utama keberhasilan bisnis secara finansial
- *Time Frame* : Proyek akan berjalan mulai dari September – November 2025

Development

Tahap pengembangan berfokus pada pembuatan materi dan sistem yang akan diterapkan,

Implementation

Penulis mengimplementasikan strategi dan desain yang telah ditentukan sesuai dengan latar belakang dan permasalahan yang ada

Evaluation.

Evaluasi dilakukan secara mingguan dan bulanan untuk mengukur ketercapaian target dan manfaat proyek, termasuk peningkatan kepuasan pelanggan, kenyamanan kerja karyawan, serta peningkatan

penjualan, dengan indikator SMART (*Specific, Measureable, Achievable, Relevant, Time Frame*).

Sumber Data

Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat langsung dari pemilik data dengan melakukan wawancara atau mengisi kuisioner (Sugiyono, 2019). Dapat diartikan juga bahwa data primer adalah data yang didapat penelitian langsung dari pemilik data dengan melalui proses wawancara langsung dengan sang pemilik data tersebut. Pada proyek ini menggunakan data yang bersumber dari UMKM, Wawancara, dan Observasi Langsung.

Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak diterima langsung dari pemilik data (Sugiyono, 2019) dengan kata lain data sekunder bisa didapatkan tanpa harus melalui sang pemilik data melainkan dapat berasal dari catatan yang ada pada perusahaan tersebut dan dari sumber lainnya. Data sekunder pada penelitian ini menggunakan berbagai sumber seperti dokumen, literatur baik dari buku, jurnal, internet, Proyek terdahulu, dan lain-lain.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam proyek ini dilakukan dengan beberapa metode, yaitu:

- 1) Wawancara Semi-terstruktur
Wawancara dilakukan kepada manajer operasional dan pemasaran serta kepada empat *staff store keeper* Dimsum Surga. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menggali informasi terkait kondisi existing operasional berjalan, kebutuhan sistem, kendala yang dihadapi, serta persepsi terhadap efektivitas sistem yang akan dijalankan.
- 2) Observasi Langsung
Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas operasional Dimsum Surga sebelum dan sesudah penerapan sistem ERP berbasis ESB POS.
- 3) Dokumentasi
Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen seperti laporan penjualan, catatan stok, rekapan transaksi, tangkapan layar percakapan pemesanan di WhatsApp dan bukti pemesanan yang terjadi sebelum dan sesudah implementasi sistem.
- 4) Kuisioner

Kuisisioner digunakan untuk mengukur persepsi dan kepuasan pelanggan terhadap penggunaan sistem dalam melakukan pemesanan. Kuisisioner disusun berdasarkan indikator efektivitas operasional menurut Tangkilisan (2005), yaitu pencapaian target, kemampuan adaptasi, kepuasan kerja, dan tanggung jawab.

Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis dan terbagi ke dalam dua pendekatan, yaitu kualitatif dan kuantitatif, sesuai dengan pendekatan *mix-method* yang digunakan. Menurut Miles, Huberman, dan Saldana (2014) dalam *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, yang menjelaskan bahwa analisis data kualitatif tidak bersifat linier tetapi berlangsung secara interaktif melalui empat komponen, yaitu:

1) *Data Collection*

Merupakan proses memperoleh data lapangan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi langsung, serta dokumentasi. Pengumpulan data ini terus berlanjut seiring analisis berjalan untuk memperoleh informasi yang lebih kaya dan mendalam.

2) *Data Condensation*

Tahapan ini melibatkan proses pemilihan, penyederhanaan, penajaman fokus, pengabstrakan, dan transformasi data mentah menjadi informasi yang lebih terorganisir. Kondensasi data membantu memusatkan perhatian peneliti pada aspek-aspek yang paling relevan dengan tujuan penelitian.

3) *Data Display*

Data yang telah dikondensasikan kemudian disajikan dalam bentuk narasi, tabel, atau model visual seperti matriks dan diagram. Penyajian ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam melihat pola, hubungan antarkategori, dan menemukan makna di balik data.

4) *Drawing and Verifying Conclusions*

Peneliti mulai menafsirkan makna data, menarik kesimpulan awal, serta melakukan verifikasi melalui perbandingan data atau triangulasi agar temuan yang dihasilkan memiliki validitas dan dapat dipertanggungjawabkan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara terpisah untuk pendekatan kualitatif dan kuantitatif: Analisis Kualitatif Deskriptif digunakan untuk menginterpretasi hasil wawancara dengan karyawan. Analisis ini bertujuan untuk memahami secara

mendalam bagaimana perubahan sistem memengaruhi kenyamanan kerja, efektivitas tugas, serta adaptasi terhadap sistem baru. Dengan tahapan mereduksi data, mengelompokkan informasi ke dalam kategori tema tertentu, serta menyusun narasi interpretatif untuk menggambarkan bagaimana penerapan sistem ERP berbasis ESB POS memengaruhi proses kerja karyawan, kenyamanan kerja, serta kesiapan adaptasi terhadap sistem.

Analisis Kuantitatif Statistik dilakukan terhadap data kuisisioner pelanggan menggunakan uji statistik Paired Sample T-Test. Analisis ini bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai adanya perbedaan rata-rata tingkat kepuasan pelanggan sebelum dan sesudah penerapan sistem ERP berbasis ESB POS. Adapun hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Nol (H_0): Tidak terdapat perbedaan rata-rata tingkat kepuasan pelanggan pada UMKM Dimsum Surga sebelum dan sesudah penerapan sistem ERP berbasis ESB POS.
2. Hipotesis Alternatif (H_1): Terdapat perbedaan rata-rata tingkat kepuasan pelanggan pada UMKM Dimsum Surga sebelum dan sesudah penerapan sistem ERP berbasis ESB POS.

Uji ini dilakukan dengan dasar pengambilan keputusan pada taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$). Jika nilai signifikansi ($P\text{-Value}$) $< 0,05$ maka dapat disimpulkan terdapat perbedaan signifikan sehingga hipotesis alternatif (H_1) diterima. Sebaliknya, jika $P\text{-Value} > 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) gagal ditolak.

Uji ini digunakan untuk mengukur perbedaan persepsi pelanggan sebelum dan sesudah penggunaan sistem ESB POS terhadap variabel utama: kepuasan pelanggan. Uji t dilakukan dengan asumsi bahwa data bersifat berpasangan, karena responden yang sama memberikan penilaian terhadap dua kondisi waktu yang berbeda.

Dengan menggabungkan kedua pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai dampak penerapan sistem ERP berbasis ESB POS terhadap efektivitas bisnis di UMKM Dimsum Surga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proyek

Penerapan Sistem ESB POS

UMKM Dimsum Surga masih melakukan sistem pencatatan transaksi, keuangan dan persediaan secara manual, dokumentasi transaksi yang tidak terdigitalisasi, dan pemesanan pelanggan masih bergantung pada aplikasi WhatsApp. Pada proyek ini, penulis memanfaatkan ESB POS (Esensi Solusi Buana *Point of Sale*) sebagai sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) yang dapat mengintegrasikan seluruh proses bisnis dalam satu *platform* yang terstruktur. ESB POS diharapkan dapat

meningkatkan efektivitas bisnis seperti meminimalisir kesalahan transaksi, mempercepat proses pembayaran, memudahkan pengelolaan stok, serta menyediakan laporan keuangan yang akurat dan *real-time* pada UMKM Dimsum Surga.

Dalam menjalankan ESB POS memerlukan biaya langganan sebesar Rp200.000/bulan. Serta pembelian Tablet seharga Rp1.500.000 sebagai *hardware* untuk menjalankan transaksi di ESB. Pada poin ini, penulis akan memberikan informasi *Cost Benefit* dari penerapan ESB POS.

Di bawah ini penulis telah menyajikan data terkait fitur dan manfaat yang diperoleh dan aktif digunakan UMKM Dimsum Surga setelah berjalannya penerapan sistem ESB POS :

Backend :

Fitur ini berisi fungsi manajemen operasional, mencakup manajemen inventaris, keuangan, dan pemasaran. Manajer Operasional dapat memantau dan mengelola stok bahan baku melalui fitur ini.

POS (Point of Sale):

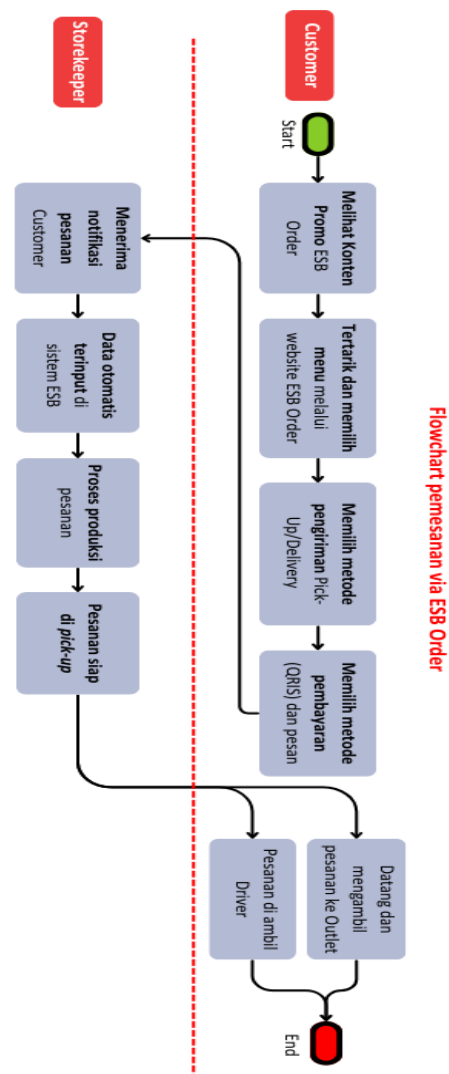
Fitur ini berfungsi sebagai titik penjualan (*sales*) untuk *store keeper*. Setiap transaksi penjualan dicatat secara otomatis di sini, termasuk pemrosesan berbagai metode pembayaran (tunai maupun digital) dan pencetakan struk.

ESB Order :

Fitur ini berfungsi untuk konsumen yang ingin memesan langsung dari *website* ESB Order Dimsum Surga. Sehingga konsumen dapat memesan produk darimana saja. Dengan hadirnya ESB Order pesanan *online* diterima secara otomatis oleh sistem kasir tanpa peran admin perantara.

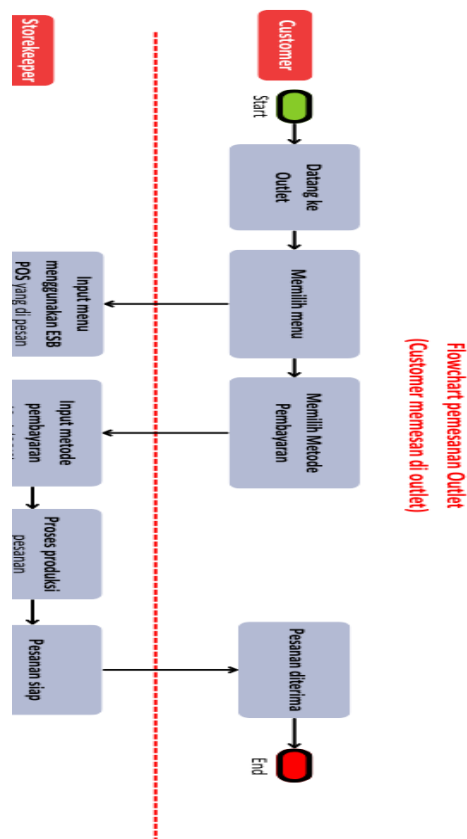
Proses Bisnis menggunakan ESB POS

Proses bisnis pada UMKM Dimsum Surga mengalami perubahan yang signifikan setelah mengimplementasikan sistem ESB POS, khususnya dalam aktivitas pemesanan produk. Implementasi sistem ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, meminimalkan kesalahan pencatatan, serta mengintegrasikan proses pemesanan, produksi, dan pencatatan penjualan secara *real-time*. Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi, proses bisnis pemesanan menggunakan ESB POS dapat dibedakan menjadi dua alur utama, yaitu pemesanan melalui ESB Order (*online*) dan pemesanan secara langsung di *outlet*.



Gambar 9 Flowchart pemesanan via ESB Order
Sumber : Olahan Penulis (2025)

Pada gambar 4.1 menggambarkan proses pembelian produk yang dilakukan konsumen secara *online* melalui *platform* ESB Order, tanpa harus datang langsung ke *outlet*. Proses dimulai ketika konsumen melihat konten yang diunggah di Instagram @dimsumsurga mengenai promo dan tata cara penggunaan ESB Order, kemudian konsumen tertarik untuk mengakses *website* ESB Order dan memilih menu yang tersedia. Setelah menentukan produk yang diinginkan, konsumen perlu memilih metode pengiriman pesanan, baik dengan *pick-up* (konsumen datang ke *outlet* setelah pesanan siap) atau *delivery* (Grab Instant atau Gosend), sesuai dengan kebutuhan. Selanjutnya, konsumen melakukan pemilihan metode pembayaran yang disediakan oleh sistem, seperti QRIS atau metode lainnya, sehingga pesanan dapat dikonfirmasi dan diproses secara digital oleh sistem ESB POS.



Gambar 10 Flowchart pemesanan Outlet
Sumber : Olahan Penulis (2025)

Pada gambar 10 menggambarkan proses pemesanan konsumen yang langsung datang ke outlet. Proses diawali ketika konsumen datang ke outlet dan memilih menu yang tersedia. Setelah menu ditentukan, storekeeper menyebutkan total jumlah yang harus di bayar konsumen, konsumen dipersilahkan untuk memilih metode pembayaran baik itu QRIS atau tunai. Pada tahap ini, interaksi utama terjadi secara langsung antar konsumen dan storekeeper, sehingga proses pemesanan dapat berlangsung sesuai kebutuhan konsumen.

Analisis ERP dan Cost Benefit pada ESB POS

Proyek yang dijalankan penulis adalah Penerapan sistem ERP (Enterprise Resource Planning) melalui penggunaan ESB POS pada UMKM Dimsum Surga. Penulis telah meninjau aspek biaya (cost) dan manfaat (benefit) yang diperoleh. ESB POS diterapkan sebagai sistem terintegrasi yang mendukung berbagai fungsi operasional, mulai dari pencatatan penjualan, pengelolaan keuangan, pengendalian persediaan, hingga pengelolaan sumber daya manusia. Analisis ini bertujuan untuk menilai sejauh mana biaya yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat yang dihasilkan bagi efektivitas bisnis UMKM Dimsum Surga.

Tabel 2 Analisis ERP dan Cost Benefit

Cost	Benefit
Langganan ESB : Rp200.000/month	Financial Accounting : Laporan otomatis mengurangi input manual dan meningkatkan kualitas data Inventory Management : Sistem mengurangi stok otomatis sesuai resep, sehingga UMKM lebih terkontrol. Sales Order Processing : Sistem POS (Point Of Sale) untuk mendata transaksi konsumen Procurement Management : Sistem langsung mencatat dalam pembelian suatu bahan baku. Human Resources : Membantu pengelolaan karyawan terkait hak akses
Tablet Xiaomi : Rp1.500.000	Sebagai Hardware untuk menjalankan ESB POS

Sumber : Olahan Penulis (2025)

Pelatihan Karyawan

Strategi berikutnya yang penulis rancang adalah dengan mengadakan pelatihan karyawan yang dilakukan sebagai langkah pendukung dalam proses implementasi sistem ESB POS agar setiap pengguna dapat memahami peran dan fungsinya sesuai pembagian tugas yang telah ditentukan. Pelatihan dilaksanakan pada Senin, 1 September 2025 dalam satu sesi selama ±90 menit dan diikuti oleh empat peran utama yaitu storekeeper, manajer operasional, manajer keuangan dan manajer pemasaran. Materi pelatihan difokuskan pada penggunaan fitur inti sistem, mulai dari proses login pengguna, navigasi menu, hingga penggunaan modul sesuai tanggung jawab masing-masing.

DAFTAR HADIR TRAINING			
Pelatihan : Pelatihan Proses Workflow ESB POS untuk Karyawan Dimsum Surga			
Tanggal : Senin, 1 September 2025			
Waktu : 90 Menit (08.00-selesai)			
Tempat : Tepi Kopi Workspace			
No	Nama	Posisi	Tanda Tangan
1	Raisyah	Manajer Keuangan	
2	Aul	Manajer Operasional	
3	Shafiq	Manajer Marketing	
4	Farid	Storekeeper	
5	Irfham	Storekeeper	
6	Wulan	Storekeeper	
7	Ropi	Intern Storekeeper	

Gambar 11 Daftar Hadir Karyawan
Sumber : Olahan Penulis (2025)

Pada bagian *storekeeper*, pelatihan berfokus pada penggunaan modul POS untuk melakukan input pesanan, memproses pembayaran tunai maupun digital, mencetak struk, serta memastikan pesanan tersinkronisasi dengan bagian dapur. Sementara bagi manajer operasional, pelatihan mencakup pengelolaan inventaris, pembaruan stok, pengaturan resep menu (*Bill of Materials*), hingga membaca laporan bahan baku dan produksi. Manajer keuangan mencakup terkait pembukuan harian, dan laporan keuangan. Adapun untuk manajer pemasaran, materi pelatihan berfokus pada pengelolaan fitur promosi seperti diskon produk, paket *bundling*, serta pemantauan performa promosi melalui *dashboard* sistem.

SOP Penggunaan ESB POS

Strategi pembuatan SOP untuk penggunaan ESB POS bertujuan untuk memastikan bahwa prosedur manual yang terdigitalisasi melalui sistem informasi ESB POS tetap dijalankan sesuai dengan rancangan prosesnya. Dengan adanya SOP, diharapkan karyawan lebih mudah memahami langkah-langkah penggunaan sistem, sehingga mempercepat proses adaptasi dan mengurangi risiko ketidaksesuaian prosedur yang dapat berdampak pada efektivitas bisnis. Strategi ini diperuntukan untuk seluruh staff dan manajer Dimsum Surga dengan pembagian tugas yang berbeda-beda.

Konten Media Sosial dan Promo ESB Order

Strategi keempat yang telah dirancang oleh penulis adalah optimalisasi konten media sosial Dimsum Surga dan Promo ESB Order sebagai upaya untuk memaksimalkan potensi peningkatan penjualan baik itu secara langsung maupun masuk dari media ESB Order. Pada proyek ini penulis mengusung satu promo untuk meningkatkan minat serta *awareness* pelanggan Dimsum Surga dalam menggunakan layanan ESB Order dan sebagai upaya meningkatkan potensi penjualan. Promo ini diberlakukan khusus hanya untuk konsumen yang menggunakan ESB Order.

Pada proyek ini telah dilakukan pembuatan konten media sosial Instagram sebagai sarana pemasaran untuk menyebarluaskan promo yang sedang berlangsung. Pada strategi ini penulis berkontribusi secara langsung dari mulai perencanaan ide konten hingga evaluasi performa konten. Pada tabel di bawah ini penulis telah menyajikan data terkait dua promo khusus yang sudah diusung untuk

memaksimalkan potensi pemesanan via ESB Order oleh konsumen sekaligus meningkatkan penjualan Dimsum Surga :

Tabel 3 Konten khusus ESB Order

No	Visual	Nama Konten
1		PROMO VOUCHER DISCOUNT 20% via ESB Order Masa berlaku Promo : 29 September - 30 November
2		TUTORIAL PEMESANAN via ESB Order

Sumber : Olahan Penulis (2025)

Pada tabel 3 telah penulis sajikan dua konten promo yang diusung untuk meningkatkan potensi penjualan melalui ESB Order. Konten Promo Voucher Discount 20% via ESB Order dibuat sebagai upaya untuk menyebarkan informasi dan memaksimalkan *awareness* mengenai pemesanan yang bisa dilakukan menggunakan ESB Order dengan harga spesial. Konten Tutorial Pemesanan via ESB Order dilakukan sebagai tata cara konsumen dalam memesan produk Dimsum Surga via ESB Order. Konten dibuat dalam bentuk *video record* proses pemesanan di ESB Order. Konten dibuat sebagai upaya untuk memudahkan konsumen dalam memesan produk

untuk meningkatkan minat dari konsumen untuk selalu memesan produk Dimsum Surga.

Tabel 4 Hasil Transaksi dari ESB Order

No	Bulan	Total Transaksi	Revenue Generated
1	September 2025	99	Rp3.465.050
2	Oktober 2025	134	Rp4.279.290
3	November 2025	149	Rp4.758.315

Sumber : Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan tabel 4 telah disajikan data terkait jumlah transaksi yang berasal dari pesanan konsumen via ESB Order. Data tersebut didapatkan dari Laporan Transaksi di ESB berdasarkan periode September – November 2025.

Dengan hasil tersebut promo ini dapat terbilang berhasil karena dinilai mampu mendapatkan konsumen melalui layanan ESB Order dan mampu menghasilkan *revenue* yang jauh lebih besar dari *budget* yang dikeluarkan sehingga berhasil mendapatkan profit.

Hasil Proyek Kepuasan Konsumen (Outcome)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Sebelum	Sesudah
N		50	50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	14.0800	21.3600
	Std. Deviation	2.41458	2.34529
Most Extreme Differences	Absolute	.113	.119
	Positive	.113	.119
	Negative	-.108	-.110
Test Statistic		.113	.119
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.152	.074
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.110	.070
	99% Confidence Interval		
	Lower Bound	.102	.064
	Upper Bound	.118	.077

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 215962969.

Gambar 12 Uji Normalitas
Sumber : Olahan Penulis (2025)

Hasil pengujian normalitas menunjukkan bahwa data sebelum dan sesudah memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi dan data layak dianalisis menggunakan uji statistic parametrik, yaitu Uji Paired Sample t-test.

Paired Samples Test									
		Paired Differences		95% Confidence Interval of the Difference		t		Significance	
Mean	Std. Deviation	Mean	Std. Error	Lower	Upper		df	One-Sided p	Two-Sided p
Pair 1. Sebelum - Sesudah	-7.28000	2.46643	.34881	-7.98095	-6.57905	-20.871	49	<.001	<.001

Gambar 13 Uji Paired Sample T-Test
Sumber : Olahan Penulis (2025)

Dari hasil uji paired sample t-test, diketahui nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,001. Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji paired

sample t-test bahwa nilai sig. (2-tailed) < 0,01 atau 0,001 < 0,01, maka H0 ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang sangat signifikan antara hasil sebelum dan sesudah yang artinya ada pengaruh yang sangat signifikan dari kepuasan konsumen dalam penerapan sistem ESB yang dijalankan.

Peningkatan skor kepuasan pelanggan yang signifikan (sebagaimana terlihat pada hasil Uji T) terjadi karena konsekuensi langsung dari pemangkasan waktu tunggu (*lead time*) operasional. Analisis mendalam terhadap alur transaksi menunjukkan bahwa digitalisasi proses pemesanan (*ordering*) dan pembayaran (*billing*) menghilangkan *bottleneck* yang selama ini terjadi saat jam sibuk.

Dalam perspektif *Marketing 4.0* (Kotler et al., 2017), fenomena ini menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan (*customer experience*) di era digital sangat dipengaruhi oleh kecepatan dan akurasi layanan. ESB POS memungkinkan karyawan untuk memfokuskan energi pada interaksi pelayanan alih-alih habis tersita untuk administrasi manual. Dengan demikian, korelasi positif antara penerapan ERP dan kepuasan pelanggan di Dimsum Surga membuktikan bahwa efisiensi *back-end* (dapur/stok) memiliki dampak kausalitas langsung terhadap kinerja *front-end* (layanan pelanggan).

Kenyamanan Karyawan (Outcome)

Berdasarkan hasil wawancara dari ketiga informan, dua storekeeper dan manajer operasional, terlihat adanya konsistensi pandangan mengenai dampak positif penerapan sistem ESB POS terhadap kenyamanan karyawan. Namun masih perlu adanya perbaikan dari sistem terkait notifikasi pesanan siap kepada customer. Mengenai kesesuaian informasi antar storekeeper dengan manajer menunjukkan adanya peningkatan kenyamanan kerja yang dirasakan di berbagai level organisasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa implementasi sistem ESB POS mampu meningkatkan kenyamanan karyawan dalam menjalankan aktivitas operasional, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan efektivitas bisnis UMKM Dimsum Surga.

Sebagaimana diungkapkan oleh salah satu informan bahwa sistem dapat membantu mengurangi kebingungan saat merekap transaksi, implementasi fitur *Inventory Management* pada ESB POS menunjukkan pergeseran fundamental dalam tata kelola operasional Dimsum Surga. Sebelum penerapan sistem, keputusan stok sering kali didasarkan pada intuisi dan pencatatan manual yang rentan terhadap manipulasi (*fraud*) maupun kesalahan hitung (*human error*). Data hasil observasi pasca-implementasi menegaskan bahwa sistem ERP berhasil menciptakan transparansi data secara *real-*

time.

Secara kritis, temuan ini memvalidasi teori Leon (2008) mengenai pentingnya integrasi data dalam meminimalisasi asimetri informasi antara pemilik usaha dan karyawan operasional. Sistem tidak hanya berfungsi sebagai alat pencatat, tetapi bertindak sebagai mekanisme kontrol otomatis yang memaksa kedisiplinan alur kerja. Hal ini membuktikan bahwa efektivitas bisnis UMKM tidak hanya ditentukan oleh volume penjualan, tetapi oleh kemampuan menekan kebocoran sumber daya (*resource leakage*) melalui digitalisasi.

Peningkatan Penjualan (*Benefit*)

Tabel 5 Rekap Hasil Total Transaksi & Sales

Bulan	Total Transaksi	Sales
September	1616	Rp67.348.459
Oktober	2347	Rp62.838.176
November	2129	Rp59.232.285
Total	6092	Rp189.418.920
Rata-Rata	2030	Rp63.139.640

Sumber : Olahan Penulis (2025)

Pada tabel 5 telah disajikan capaian hasil total dari proyek yang berhasil menghasilkan total 6.092 transaksi dan *sales* sebesar Rp189.418.920 dengan rata-rata *Sales*/bulan Rp63.139.640 dan 2.030 total transaksi. Dengan hasil ini terbilang bahwa proyek ini sudah berjalan dan menghasilkan benefit bagi UMKM Dimsum Surga melihat pada proyek ini hanya menggunakan *budget* Rp200.000/bulan untuk berlangganan layanan ESB POS.

Penulis juga telah menyajikan data terkait perbandingan transaksi penjualan melalui Whatsapp (Sebelum *Project*) dengan penggunaan ESB Order (Sesudah *Project*) selama periode Juni-Agustus 2025 dengan September-November 2025 :

Tabel 6 Perbandingan Total Transaksi

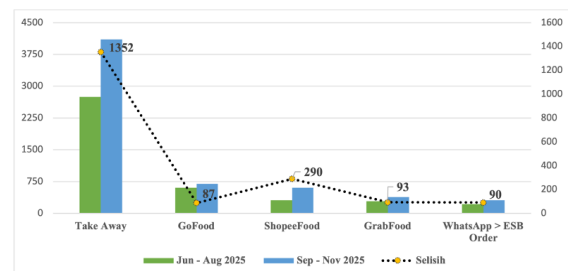
Total Transaksi	WhatsApp (Jun-Aug)	ESB Order (Sep-Nov)
	222	312

Sumber : Olahan Penulis (2025)

Pada tabel 6 memperlihatkan perbandingan jumlah transaksi penjualan yang masuk sebelum proyek (Juni-Agustus 2025) dengan sesudah proyek (September-November 2025). Temuan ini mengindikasikan bahwa masalah dalam proses pemesanan manual (seperti menunggu balasan admin) sebelumnya menjadi faktor penghambat (*barrier to purchase*) yang menyebabkan hilangnya potensi penjualan. Dengan otomatisasi yang ditawarkan ESB Order, pelanggan mendapatkan kepastian pesanan secara instan, yang secara langsung meningkatkan rasio keberhasilan transaksi. Hal ini menegaskan bahwa bagi UMKM, investasi

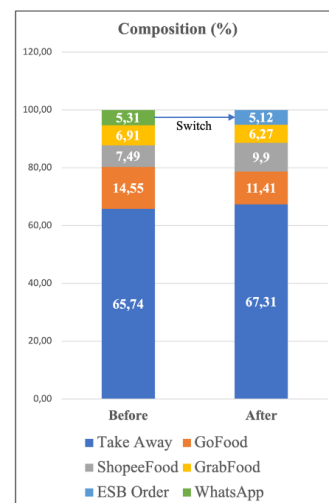
pada teknologi bukan hanya soal administrasi, melainkan strategi defensif untuk mencegah hilangnya pelanggan akibat layanan yang lambat.

Berdasarkan hasil pada tabel telah terjadi peningkatan pada jumlah transaksi secara keseluruhan pada periode September-November 2025.



Gambar 14 Grafik Jumlah Transaksi per Kategori
Sumber : Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan grafik terlihat bahwa terjadi peningkatan jumlah transaksi pada periode September-November 2025 dibanding periode Juni – Agustus 2025, peningkatan jumlah transaksi ini merupakan hasil dari implementasi strategi yang telah dijalankan pada proyek ini. Berikut penulis sajikan juga tabel komposisi untuk mengetahui perbandingan persentase di masing-masing kategori transaksi sebelum dan sesudah penerapan :



Gambar 15 Grafik Composition dalam Persen
Sumber : Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan gambar terlihat bahwa Take Away tetap menjadi kanal penjualan tertinggi baik sebelum maupun sesudah penerapan sistem, dengan peningkatan kontribusi dari 65,74% menjadi 67,31%. Sementara itu, kanal pemesanan digital seperti GoFood, ShopeeFood, dan GrabFood mengalami penurunan persentase secara relatif, meskipun masih memberikan kontribusi yang signifikan terhadap total

penjualan. Di sisi lain, kemunculan ESB Order dengan kontribusi sebesar 5,12% menunjukkan adanya pergeseran transaksi ke sistem internal yang lebih terintegrasi.

Dengan hasil yang didapatkan, proyek ini dapat terbilang berhasil karena telah berhasil meningkatkan penjualan, dengan jumlah transaksi sebelum proyek tercatat sebanyak 4.180 transaksi, sedangkan setelah proyek meningkat menjadi 6.092 transaksi, peningkatan sebesar 1.912 transaksi atau setara dengan 45,7%. Berdasarkan target SMART pada *benefit* peningkatan penjualan, peningkatan tersebut melebihi target yang harus dicapai yaitu sebesar 20%.

Sebelum implementasi, kapasitas pelayanan dibatasi oleh kecepatan pencatatan manual dan respons admin WhatsApp yang lambat. Dengan adanya sistem POS yang mempercepat proses *checkout* di kasir, *throughput* (daya tampung) layanan meningkat, memungkinkan *outlet* untuk melayani lebih banyak pelanggan per jam, terutama pada kanal *Take Away* yang kontribusinya meningkat dari 65,74% menjadi 67,31%. Ini membuktikan bahwa dalam bisnis kuliner cepat saji, kecepatan transaksi adalah variabel kunci pendorong volume penjualan.

Evaluation (Last Step)

Evaluation dalam ADDIE Model digunakan untuk memberikan evaluasi untuk meningkatkan performa dari UMKM Dimsum Surga serta memperbaiki strategi yang masih bisa ditingkatkan. Step Evaluation juga hadir sebagai solusi dari permasalahan yang dialami selama proyek berjalan. Berikut merupakan strategi yang telah penulis tentukan :

- 1) Penambahan notifikasi “Pesanan Siap” pada ESB Order untuk konsumen
Pada penerapan ESB POS, ditemukan bahwa ketika konsumen memesan produk melalui ESB Order, konsumen tidak mendapatkan notifikasi bahwa pesanan telah siap, sehingga konsumen tidak mengetahui apakah pesanan sudah bisa diambil atau belum. Penambahan notifikasi “Pesanan siap” perlu diterapkan guna meningkatkan kejelasan informasi status pesanan dan mengurangi kebingungan konsumen saat menunggu pesanan.
- 2) Optimalisasi jobdesk Human Resource (HR) di sistem ESB POS
Pada proyek ini telah dilakukan strategi optimalisasi untuk divisi pemasaran, operasional, keuangan, dan *storekeeper*. Namun, untuk divisi Human Resource (HR) belum berjalan optimal. Sehingga perlu segera diintegrasikan di sistem, khususnya

dalam pencatatan jadwal kerja, pembagian tugas tiap divisi, dan monitoring kinerja karyawan, agar pengelolaan sumber daya manusia menjadi lebih terstruktur dan terdokumentasi dengan baik.

- 3) Optimalisasi konten edukasi dan promo pada kategori ESB Order.
Proyek ini ditemukan bahwa jumlah transaksi pada periode September-November 2025 mengalami peningkatan secara signifikan dan terjadi pada semua kategori. Hal ini merupakan hal yang positif melihat *benefit* proyek yang telah tercapai. Tetapi untuk kategori ESB Order masih bisa ditingkatkan kembali melihat ESB Order menjadi kategori baru dalam pemesanan UMKM Dimsum Surga. Strategi lanjutan yang dapat dilakukan adalah dengan optimalisasi konten edukasi dan promo yang pernah dilakukan sehingga diharapkan konsumen dapat *aware* dengan kategori pemesanan baru di UMKM Dimsum Surga.
- 4) Analisis data secara berkala
Pada proyek yang telah dilakukan, perlu dilakukan strategi lanjutan untuk lebih memaksimalkan sistem yang telah berjalan. Strategi lanjutan yang penulis sarankan adalah analisis data secara berkala untuk memastikan bahwa setiap keputusan bisnis yang diambil berdasarkan pada data yang akurat dan actual. Dengan pemanfaatan laporan yang dihasilkan oleh ESB POS, seperti data penjualan harian, produk terlaris, jam transaksi tertinggi, serta penerapan promo, UMKM Dimsum Surga dapat mengidentifikasi pola perilaku konsumen dan kinerja operasional secara lebih komprehensif. Analisis ini memungkinkan UMKM untuk mengetahui strategi mana yang berjalan efektif dan aspek mana yang masih perlu ditingkatkan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penerapan sistem *Enterprise Resource Planning (ERP)* berbasis ESB POS pada UMKM Dimsum Surga, dapat disimpulkan bahwa proyek berjalan efektif karena mampu mencapai bahkan melampaui target kinerja yang ditetapkan UMKM Dimsum Surga. Transformasi dari sistem pencatatan manual ke sistem terintegrasi digital tidak hanya memperbaiki akurasi manajemen persediaan, tetapi juga merampingkan alur operasional yang berdampak langsung pada kecepatan layanan. Hal ini terkonfirmasi oleh peningkatan volume penjualan yang signifikan dan perbaikan skor kepuasan pelanggan, yang mengindikasikan bahwa digitalisasi pada skala mikro memberikan *return on investment (ROI)* yang nyata

berupa efisiensi dan daya saing.

Temuan penelitian ini memberikan implikasi penting dari perspektif teoretis maupun manajerial. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai adopsi teknologi pada usaha mikro dengan menegaskan bahwa kompleksitas sistem ERP yang selama ini identik dengan korporasi besar dapat disederhanakan dan diterapkan secara efektif pada skala UMKM melalui aplikasi berbasis *cloud*. Sementara itu, secara manajerial, penelitian ini menawarkan bukti empiris bagi praktisi dan pelaku UMKM kuliner bahwa investasi teknologi tidak cukup. Keberhasilan implementasi sistem sangat bergantung pada kesiapan sumber daya manusia (SDM) yang dibangun melalui pelatihan intensif dan standardisasi prosedur operasional (SOP), karena tanpa perubahan budaya kerja, teknologi hanya akan menjadi alat administrasi pasif dan bukan pendorong produktivitas.

Meskipun hasil penelitian menunjukkan dampak positif, penulis menyadari adanya keterbatasan, terutama terkait rentang waktu evaluasi yang dilakukan dalam periode jangka pendek segera setelah implementasi. Akibatnya, dampak jangka panjang terhadap profitabilitas tahunan dan konsistensi penggunaan sistem oleh karyawan belum dapat terukur sepenuhnya. Selain itu, karena penelitian ini merupakan studi kasus tunggal pada satu unit usaha kuliner, generalisasi hasil terhadap jenis UMKM di sektor industri lain perlu dilakukan dengan kehati-hatian. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperpanjang periode observasi guna menguji keberlanjutan penggunaan sistem ERP setelah fase pendampingan berakhir, serta mengkaji integrasi sistem POS dengan fitur pemasaran berbasis *Customer Relationship Management* (CRM) untuk melihat dampaknya terhadap loyalitas pelanggan secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Fawaz, K., Al-Salti, Z., & Eldabi, T. (2008). Critical success factors in ERP implementation: A review. In European and Mediterranean Conference on Information Systems (EMCIS) 2008.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik. Rineka Cipta.
- Baimyrzaeva, M. (2018). Beginners' guide for applied research process: What is it, and why and how to do it. Naval Postgraduate School.
- Chaffey, D. (2022). Digital marketing: Strategy, implementation and practice (8th ed.). Pearson.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing (7th ed.). Pearson Education.
- Davenport, T. H. (1998). Putting the enterprise into the enterprise system. *Harvard Business Review*, 76(4), 121–131.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2016). Information systems success measurement. *Foundations and Trends® in Information Systems*, 2(1), 1–116. <https://doi.org/10.1561/2900000000>
- Avia, M. D. P., Raharja, J., & Muftiadi, A. R. (2024). Model optimalisasi customer relationship management dalam meningkatkan unit entry. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(4).
- Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative methods in social research*. McGraw-Hill.
- Firmanto, E. K., & Wafa, M. S. (2024). Implementasi sistem ERP berbasis Odoo untuk meningkatkan efisiensi operasional di Toko Buana Elektronik. *Jurnal Sistem dan Teknologi Bisnis*, 6(1), 44–56.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (12th ed.). Pearson.
- Ivancevich, J. M., Konopaske, R., & Matteson, M. T. (2014). *Organizational behavior and management*. McGraw-Hill Education.
- Khoiruddin, J., Pinasty, M. I., Barira, R. N., & Adhitya, T. (2024). Integrasi kasir pintar untuk peningkatan daya saing UMKM Warung Kuliner Dhoho Plaza. *Jurnal Transformasi UMKM*, 2(1), 1–10.
- KADIN Indonesia. (2023). *UMKM Indonesia*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2018). *Management information systems: Managing the digital firm* (15th ed.). Pearson Education.
- Leon, A. (2008). *Enterprise resource planning*. Tata McGraw-Hill Education.
- Mahsun, M. (2006). *Pengukuran kinerja sektor publik*. BPFE-Yogyakarta.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.

- Monk, E., & Wagner, B. (2009). Concepts in enterprise resource planning (3rd ed.). Cengage Learning.
- Muftiadi, A., Un, S., Raharja, J., Amiruddin, D., Mochammad, J., & Pamungkas, R. (n.d.). Exploring the factors affecting enterprise resource planning (ERP): Business governance in a large company in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 14, 441.
- Jannah, N. M., & Samri, Y. F. (2024). Efektivitas sistem informasi akuntansi Moka POS dalam meningkatkan kualitas pelayanan. *Jurnal Akuntansi dan Teknologi Informasi*, 9(2), 120–130.
- Bening, P., Susanti, E., Buchari, A.(2022), Inovasi Kebijakan E-Monevlap (Elektronik Monitoring, Evaluasi dan Pelaporan) pada bagian program desain kualitas dan Pembangunan Sekretariat Daerah Kota Bandung. *Jurnal JANE : Jurnal Administrasi Negara*, Vol 14, No. 11.