

Penerapan Business Process Management Dalam Analisis Proses Bisnis Pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk

Puji Astutik *¹

Jeni Susyanti ²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang, Indonesia

*e-mail: puji.polinema0611@gmail.com¹, jenisusyanti@unisma.ac.id²

Abstrak

Kegiatan usaha memerlukan suatu sistem yang terintegrasi antar unit terkait, karena suatu usaha yang bergerak pada bidang ritel dimana usahanya berupa minimarket dan jasa waralaba, PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk menghadapi kendala dalam mengintegrasikan kegiatannya sehingga mengakibatkan kurangnya koordinasi antar unit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan manajemen proses bisnis pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk untuk mencapai tujuannya. Metode analisis yang digunakan adalah Business Process Management (BPM) untuk memetakan peran teknologi dan pemasaran yang diterapkan pada proses bisnis. Dengan menggunakan Manajemen Proses Bisnis pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk menerapkan manajemen proses bisnis yang telah dilakukan Alfamart berupa proses aktivitas operasional, jaringan outlet dan gudang, waralaba, dan aktivitas pemasaran.

Kata Kunci: Manajemen Proses Bisnis (BPM), Proses Bisnis.

Abstract

Business activities will require an integrated system between related units, as a business operating in the retail sector where the business takes the form of a minimarket and franchise services, PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk faces obstacles in integrating its activities, resulting in a lack of coordination between units. This research aims to determine the application of business process management at PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk to achieve its goals. The analysis method used is Business Process Management (BPM) to map the role of technology and marketing applied to business processes. By using Business Process Management at PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk implements the business process management that has been carried out by Alfamart in the form of operational activity processes, outlet and warehouse networks, franchising, and marketing activities.

Keywords: Business Process Management (BPM), Business Process.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang mayoritas penduduknya sangat konsumtif. Konsumtif adalah kegiatan seseorang dalam memakai, menggunakan, menghabiskan sesuatu dengan cara berlebih bukan atas dasar keperluan melainkan keinginan. Hal ini menjadikan Indonesia menjadi target pemasaran produk yang cukup potensial. Perkembangan industri *retail* yang semakin ketat menjadikan adanya persaingan di antara pelaku bisnis (Winda, et al., 2022).

Proses bisnis didefinisikan sebagai sekumpulan tugas yang saling berhubungan secara logis dan dilakukan untuk pencapaian suatu hasil bisnis yang pasti (Oktaviani, et al., 2021). Proses bisnis juga didefinisikan sebagai pendekatan dimana sumber daya suatu organisasi digunakan secara *reliable*, berulang dan konsisten untuk mencapai tujuan perusahaan (Dewantari, 2018).

Analisis proses bisnis adalah kajian dan evaluasi yang dilakukan terhadap kegiatan-kegiatan proses bisnis Perusahaan untuk mengidentifikasi dampak dari kegiatan tersebut dalam menciptakan nilai atau menambah nilai terhadap bisnis Perusahaan (Handa Gustiawan, 2019). Analisis proses bisnis dilakukan oleh organisasi agar dapat mengevaluasi proses bisnis yang sedang berjalan, sehingga dapat ditemukan area perbaikan sebagai solusi perbaikan yang akan datang. Perbaikan pada area proses bisnis yang tepat dapat meningkatkan kinerja organisasi (Z. Rifai, 2021). Supaya mudah dalam menganalisis proses bisnis dapat dilakukan melalui pemodelan. Pemodelan proses bisnis adalah cara menggambarkan interaksi *stakeholder* di dalam sistem dengan standar tertentu (A. A. Garini, 2017). Pemodelan menjadi sangat penting karena digunakan dalam menganalisis proses bisnis yang sesuai sasaran atau tidak, dan sebagai rencana untuk optimalisasi kinerja organisasi (T. O. Aradiny et al., 2021).

PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di sektor pedagang eceran dimana usahanya berbentuk minimarket serta jasa waralaba. PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk ini telah berdiri pada tahun 1989, yang telah melekat pada masyarakat dengan menyediakan barang-barang kebutuhan pokok sehari-hari (Nico, et al., 2022). PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk telah menerapkan proses bisnis dengan menerapkan beberapa aktivitas antara lain, melayani permintaan pelanggan, melakukan pencatatan pesanan pelanggan, mengecek persediaan barang, dan membuat laporan penjualan. Penelitian yang dilakukan oleh (Yoppy Mirza, 2023) membahas tentang Pemodelan Proses Bisnis sebagai Perbaikan Proses Bisnis pada Organisasi. Selanjutnya yang dilakukan oleh (Kemas Hasyim, et al., 2021) membahas analisis dan rancangan manajemen proses bisnis untuk layanan pelanggan. Sedangkan yang fokus pada Penerapan *Business Process Management* dilakukan oleh (Gusti Syarifudin, 2022) yaitu membahas tentang penerapan business process management dalam analisis proses bisnis.

Pada penelitian penerapan *business process management* ini yang membuat kesamaannya adalah membahas tentang business process management. Selain itu penelitian yang tinjauannya sama berdasarkan elemen hard ada, namun perbedaannya pada ulasan sepesifiknya. Pada penelitian sebelumnya membahas tentang analisis dan pemodelan proses bisnis. Namun belum ada studi literatur yang mengeksplorasi tentang penerapan *business process management* dalam analisis proses bisnis, sehingga peneliti mengisi ruang tersebut untuk melakukan studi literatur tentang penerapan bisnis proses manajemen dalam analisis proses bisnis PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Adapun kontribusi penelitian ini, yaitu membantu PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk dalam menerapkan pendekatan penerapan *business process management* dalam analisis proses bisnis pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Selain itu memberikan kontribusi untuk penelitian selanjutnya bahwa penerapan *business process management* hendaknya mendukung tujuan perusahaan disertai dengan rencana implementasi, *monitoring dan controlling*.

METODE PENELITIAN

Dalam mewujudkan tujuan penelitian ini, maka diperlukan metode penelitian terkait penerapan *business process management* dalam analisis proses bisnis PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Adapun langkah-langkahnya meliputi identifikasi kebutuhan studi, strategi pencarian, pencarian dokumen, dan ekstraksi data (E. Putro, et al., 2019).

Metode penelitian ini diawali dengan mengidentifikasi kebutuhan studi, langkah ini merupakan kegiatan mengidentifikasi kebutuhan penelitian tentang penerapan *business process management* dalam analisis proses bisnis pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Langkah selanjutnya adalah strategi pencarian yaitu aktivitas melakukan pencarian literatur, dengan menuliskan *keyword* yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Adapun sumber literatur yang digunakan adalah jurnal dan *prosiding* yang merupakan hasil dari <https://scholar.google.com/>. *Keyword* yang digunakan dalam pencarian adalah “penerapan *business process management* dalam analisis proses bisnis”. Adapun *Paper-paper* yang digunakan dalam pencarian literatur ini adalah periode 2017 hingga 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap ini merupakan penjelasan lebih rinci dari *paper* yang merupakan hasil ekstraksi data dan kemudian dilakukan analisis berdasarkan pendekatan, metode, model, dan analisis proses bisnis. Sebelum dilakukan pembahasan terlebih dahulu terkait analisis berdasarkan pendekatan, metode, model dan analisis proses bisnis. Adapun hasil dari ekstraksi data akan diterangkan dibawah ini.

Analisis dan Pembahasan Berdasarkan Pendekatan (*Approach*)

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, memiliki kantor pusat yang berkedudukan di Jl. MH Thamrin No. 9, Cikokol, Tangerang 15117, Indonesia. Sampai dengan Prospektus ini diterbitkan, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, memiliki 1 kantor pusat berkedudukan di Cikokol, Tangerang dan memiliki 32 kantor cabang yang terdapat di Pekanbaru, Jambi, Banjarmasin, Karawang, Parung, Pontianak, Lombok, Kotabumi, Manado, Rembang, Batam, Serang, Cianjur, Bandung (1 dan 2), Bekasi, Semarang, Cilacap, Cileungsi, Cikokol, Lampung, Malang, Klaten, Palembang, Bali,

Makassar, Balaraja, Sidoarjo, Plumbon, Medan, Bogor dan Jember. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, memiliki visi yakni menjadi jaringan ritel terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global. Dalam mencapai visinya tersebut, Perseroan memiliki beberapa misi yakni:

1. Memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul;
2. Melakukanyang terbaik dalam segala hal dan menegakkan tingkah laku/etika bisnis yang tinggi;
3. Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan menumbuh-kembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha; dan
4. Membangun organisasi yang dapat bersaing di pasar global, organisasi yang terpercaya, sehat dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, mempunyai visi menjadi jaringan ritel terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global dengan mengutamakan peningkatan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*). Untuk mencapai visi tersebut, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, menetapkan beberapa langkah strategis utama. Adapun strategi usaha PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, adalah sebagai berikut:

1. **Memperluas Jaringan dengan Menambah Jumlah Gerai**
Minimarket PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, berkomiten untuk mengembangkan jaringan gerai di seluruh wilayah Indonesia yang memiliki potensi dan peluang usaha. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, berupaya menjajaki dan menganalisa potensi seluruh wilayah baik di Jawa dan luar Jawa dengan memperhatikan lokasi-lokasi baru yang strategis dalam rangka pengembangan bisnis Perseroan.
2. **Mengembangkan Jaringan Gerai Dengan Format Yang Beragam**
Dalam upaya mengembangkan jumlah gerai secara agresif, selain melakukan analisa lokasi strategis (perkantoran, hotel, apartemen, pusat rekreasi, kapal, bandara, stasiun kereta api) Perseroan juga melakukan analisa data pelanggan yang telah dimiliki. Berdasarkan analisa data pelanggan Perseroan melakukan penyesuaian format gerai dan produk agar sesuai dengan potensi optimal wilayah lokasi gerai. Selain itu PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, juga terus berupaya mengembangkan bisnis melalui skema waralaba dengan berbagai penawaran kerjasama yang menarik bagi masyarakat. Hal ini sejalan dengan visi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, dan upaya pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program wirausaha. Upaya lain, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, mendukung pemerintah dalam pemberdayaan pengusaha kecil dan menengah (UMKM). Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, juga mengembangkan format virtual store. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, kedepan akan selalu berupaya mengembangkan format gerai sesuai dengan kebutuhan dan potensi pelanggan.
3. **Pengembangan Gudang**
Sejalan dengan kecepatan pengembangan jaringan gerai, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, juga berupaya memperbaiki dan meningkatkan kapasitas gudang guna mendukung ketersediaan barang di gerai. Selain pemilihan lokasi yang strategis, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, juga melakukan optimalisasi *layout* dan proses kerja gudang.
4. **Memberikan Kepuasan Kepada Pelanggan/Konsumen**
Dengan Berfokus Pada Produk dan Pelayanan Prima Dalam menghadapi ketatnya persaingan, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, berkomitmen untuk senantiasa meningkatkan kepuasan dan kenyamanan kepada pelanggan di seluruh gerai PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, memperbaiki layanan melalui berbagai aspek antara lain harga yang terjangkau dan kompetitif, lokasi gerai yang nyaman, produk yang baik dan selalu tersedia, serta karyawan yang kompeten dan ramah dalam melayani pelanggan. PT Sumber Alfaria

Trijaya Tbk, juga senantiasa melakukan analisa atas kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga mendorong perbaikan yang layanan yang lebih baik. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, juga mengembangkan kerjasama dengan pihak ketiga guna memenuhi kebutuhan produk yang dibutuhkan oleh pelanggan. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, akan selalu memperbaiki kualitas layanan guna meningkatkan kinerja usaha yang lebih optimal.

5. **Mengedepankan Aspek Pemilihan Lokasi-Lokasi Gerai Yang Strategis**
Dalam pemilihan lokasi gerai PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, mempertimbangkan lokasi yang strategis dan potensial. Analisa dan evaluasi jumlah pelanggan dan potensinya menjadi dasar penentuan suatu lokasi gerai. Perseroan merencanakan akan terus mengembangkan gerai dengan pemilihan lokasi yang strategis dan memiliki nilai komersial yang tinggi dengan tetap memegang prinsip kehati-hatian.
6. **Pengembangan Bisnis *Value Added Services* Berbasis Jaringan**
PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, menggunakan seluruh jaringan gerai yang dikelola sebagai lokasi *payment point* dalam memenuhi kebutuhan harian pelanggan. Hingga saat ini, pelanggan dapat menikmati layanan pembayaran tahihan listrik, telepon, angsuran kendaraan bermotor, pembayaran tiket (kereta api, pesawat terbang), *top up* pulsa elektrik, *prepaid card*, *e-toll card*, BPJS, PBB, PDAM, TV berlangganan, asuransi dan lain lain. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, bekerja sama dengan pihak ketiga dalam mengembangkan layanan *payment point* antara lain FIF, WOM, BFI, BPJS, PDAM, PLN dan beberapa bank. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, senantiasa akan mengembangkan produk *value added service* agar semakin memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada pelanggan dan juga memberikan kontribusi yang semakin besar bagi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, di masa yang akan datang.
7. **Hubungan Yang Baik Dengan Mitra Bisnis Perseroan**
PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, menyadari bahwa hubungan yang baik dengan produsen, pemasok, pewaralaba, bank, asosiasi-asosiasi usaha dan mitra usaha lainnya merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam menjalankan kegiatan usahanya. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, berupaya untuk mengedepankan prinsip keterbukaan dan win-win dalam hubungan dengan mitra bisnis.
8. **Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Berkelanjutan**
PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, berupaya memberikan nilai tambah yang sebesar-besarnya bagi masyarakat terutama di sekitar lokasi usaha. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, mengembangkan program tanggung jawab sosial yang berkesinambungan dan sejalan dengan upaya pemerintah dalam menciptakan tenaga kerja terampil di sektor ritel antara lain dengan pengembangan kurikulum ritel dan pendirian laboratorium ritel bagi siswa sekolah kejuruan. Selain itu dalam rangka mendukung pemberdayaan pengusaha kecil, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, mengembangkan program *Outlet Binaan Alfamart (OBA)* serta memberikan pelatihan manajemen ritel.
9. **Perencanaan Keuangan Yang Matang Manajemen**
PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, secara terus menerus mengadakan pemantauan terhadap kondisi perekonomian secara makro yang berpengaruh terhadap kinerja PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, dalam mengembangkan usaha dan strateginya berupaya mendukung kebutuhan arus kasnya dengan cara pendanaan internal maupun eksternal jika diperlukan. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, juga menerapkan perencanaan keuangan yang matang dan berhati-hati dari segi pengelolaan margin penjualan dan mengoptimalkan margin operasi dengan terus menerus meningkatkan produktivitas serta melakukan efisiensi biaya antara lain dengan optimalisasi penggunaan teknologi. Selain itu sebagai salah satu perencanaan keuangan yang matang, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, juga mengupayakan perolehan syarat dan kondisi perdagangan yang optimal dari pemasok.
10. **Pengembangan Teknologi Dan Sumber Daya Manusia**
PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, memanfaatkan teknologi dalam mendukung kinerja sumber daya manusia. Pengembangan teknologi mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan produktivitas karyawan yang pada akhirnya meningkatkan efisiensi.

Disamping itu PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, juga berupaya meningkatkan kompetensi karyawan agar sejalan dengan upaya pengembangan teknologi antara lain melalui pelatihan internal, *sharing knowledge* dan kerjasama dengan pihak ketiga. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, berkeyakinan dengan dukungan teknologi dan sumber daya manusia yang kompeten akan dapat menghasilkan kinerja dan hasil yang optimal.

Analisis dan Pembahasan Berdasarkan Identifikasi Proses Bisnis

Kegiatan Usaha Utama Perseroan adalah melakukan kegiatan perdagangan pada umumnya, diantaranya perdagangan *supermarket/hypermarket* (toserba/swalayan) dan minimarket yaitu memperdagangkan barang-barang keperluan sehari-hari termasuk tetapi tidak terbatas pada alat-alat rumah tangga, kebutuhan sandang pangan, berdagang segala macam merek rokok, obat-obatan, komputer berikut suku cadangnya dan lain-lain, termasuk ekspor impor, interinsulair, dan lokal baik atas perhitungan sendiri maupun atas perhitungan dengan pihak lain secara komisi, menjadi distributor, leverensier, supplier dan agen dari perusahaan lain baik di dalam maupun di luar negeri (tidak termasuk menjadi agen perjalanan/pariwisata).

Kegiatan usaha penunjang yang mendukung kegiatan usaha utama PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, adalah melakukan kegiatan usaha waralaba. Guna meningkatkan jumlah gerai waralaba, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, juga melakukan upaya pengembangan kerjasama waralaba dengan melakukan program antara lain; *cash back franchise fee*, *franchisee get franchisee*, *employee get franchisee*, konversi, sewa alih usaha, profit sharing dan kerja sama strategis. Kerjasama strategis yang terjalin dengan pihak korporasi atau anak perusahaannya pada tahun ini antara lain dengan PT Angkasa Pura, PT Telkom Indonesia dan PT Perkebunan Nusantara V.

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, juga terlibat aktif dalam Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) dan Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia (WALI) guna menyampaikan usulan dan masukan kepada pemerintah mengenai waralaba nasional. Demikian juga terlibat aktif di setiap pameran, workshop dan promosi mengenai waralaba yang diselenggarakan oleh instansi, lembaga atau pemerintah. Atas upaya pengembangan waralaba hingga tingkat regional di negara Filipina beberapa tahun lalu, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk berhasil mendapatkan apresiasi penghargaan “Waralaba Indonesia untuk Kategori Waralaba Global” dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yang diserahkan oleh Bapak Presiden Republik Indonesia Joko Widodo.

Gambar 2. Waralaba PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk



Sumber: www.alfamartku.com

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, merupakan pemegang hak atas merek usaha “Alfamart”, MIDI merupakan pemegang hak atas merek usaha “Alfamidi” “Alfaexpress” dan “Lawson” dan SIL merupakan pemegang hak atas merek usaha “Dan+Dan”. Merek usaha “Lawson” dimiliki oleh Lawson, Inc., Jepang, dan berdasarkan *Master License Agreement* tertanggal 20 Juni 2011 yang ditandatangani oleh MIDI (Entitas Anak) dan Lawson, Inc., Jepang, memberikan hak eksklusif kepada MIDI untuk menggunakan dan bertindak sebagai sub-*franchisor* atas merek usaha (trademark) dan knowhow Lawson di Indonesia selama periode 25 tahun dan dapat diperpanjang berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak. Berikut merupakan skema diagram proses pembukaan waralaba:

Gambar 3. Proses bisnis perjanjian waralaba PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk



Sumber: www.alfamartku.com

Beberapa syarat pokok dan kondisi yang diatur dalam perjanjian waralaba Alfamart PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, adalah sebagai berikut:

1. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, dalam kedudukan sebagai Pihak Pemberi Waralaba memberikan izin kepada pihak Penerima Waralaba untuk menggunakan Hak Waralaba Alfamart dalam Wilayah Waralaba sebagaimana diatur dalam Perjanjian Waralaba. Wilayah Waralaba merupakan jarak 100 meter lintasan akses jalan dari titik lokasi Gerai dengan memperhatikan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian Hak Waralaba tersebut tidak memberikan hak kepada Penerima Waralaba untuk memberikan dan/atau mengalihkan Hak Waralaba tersebut kepada pihak lain tanpa persetujuan tertulis terlebih dahulu dari PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk.
2. Hak Waralaba meliputi hak untuk mendirikan, menggunakan dan mengelola Gerai Alfamart sesuai dengan ketentuan dalam Perjanjian Waralaba.
3. Panduan dan Sistem untuk pendirian dan pengelolaan Gerai diberikan oleh PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, untuk digunakan oleh Penerima Waralaba. Panduan dan Sistem tersebut wajib dikembalikan kepada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, dalam keadaan baik pada saat perjanjian waralaba berakhir atau diakhiri karena sebab-sebab yang diatur dalam perjanjian waralaba (misalnya Penerima Waralaba tidak memenuhi ketentuan dalam perjanjian waralaba atau melakukan wanprestasi).
4. Jangka waktu pemberian Hak Waralaba adalah selama lima tahun sejak tanggal beroperasinya Gerai yang ditandai dengan transaksi penjualan pertama di Gerai, yang dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama dengan pemberitahuan tertulis terlebih dahulu dari Penerima Waralaba kepada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, minimal 90 hari sebelum berakhirnya jangka waktu waralaba.
5. Penerima Waralaba wajib membayar Imbalan Waralaba dan memberikan *Royalty* kepada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk.
6. Terdapat mekanisme pembagian dana lebih/surplus kas yang diatur pada periode pertama yaitu surplus kas dibagi pada akhir bulan ke-6 sejak tanggal pembukaan gerai dan periode selanjutnya yaitu dibagikan setiap 3 bulan berikutnya selama jangka waktu waralaba.
7. Penerima Waralaba dapat menyewa Gerai dari pihak ketiga dengan ketentuan jangka waktu sewa yang dinyatakan dalam perjanjian sewa harus mencakup Jangka Waktu Waralaba.
8. Penerima Waralaba dapat merekrut karyawannya yang memenuhi syarat yang ditetapkan dalam Panduan.
9. Penerima Waralaba, atas biaya yang ditanggungnya sendiri, wajib untuk mengurus dan memperoleh setiap dan semua izin yang diperlukan sehubungan dengan pendirian, pembangunan, perbaikan, pembukaan dan/atau pengelolaan Gerai.
10. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, akan memasok Produk kepada Penerima Waralaba dengan harga yang diatur dalam perjanjian waralaba, yang wajib diterima dan dibeli Penerima Waralaba sebelum pembukaan Gerai maupun secara rutin.
11. Penerima Waralaba dapat mengadakan promosi tunggal atas biaya sendiri untuk kepentingan pemasaran dan wajib mengikuti promosi gabungan (joint promotion) yang diadakan Pemberi Waralaba.
12. Penerima Waralaba wajib menggunakan Merek Jasa milik PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, dalam setiap aktifitas Gerai.
13. Penyelesaian perselisihan diselesaikan secara musyawarah mufakat, dan dalam hal penyelesaian secara musyawarah mufakat tidak tercapai, maka perselisihan tersebut akan diselesaikan melalui Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI).

Analisis dan Pembahasan Berdasarkan Model

1. Penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*)

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, bertekad untuk senantiasa menerapkan, mereview dan memperbaiki implementasi prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* ("GCG") secara konsisten di seluruh lini organisasi dan usaha. Upaya ini bertujuan mendorong sinergi dan melindungi seluruh pemangku kepentingan dalam mewujudkan keberlanjutan usaha PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, di masa yang akan datang. Penerapan prinsip-prinsip GCG secara konsisten di seluruh aspek bisnis akan menciptakan proses dan struktur yang baik dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan, menciptakan hubungan harmonis antara PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, dengan para pemangku kepentingan, serta meningkatkan kepercayaan investor. Penguatan GCG menjadi salah satu faktor kunci PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, untuk mencapai visi dan misi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk.

Internalisasi prinsip-prinsip GCG di seluruh lini bisnis PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, dilakukan dengan menerapkan nilai-nilai GCG dalam seluruh proses bisnis. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, juga secara berkala mengadakan kegiatan yang bertujuan memberikan informasi kepada pemangku kepentingan mengenai kinerja operasional, laporan keuangan, pencapaian dan aksi korporasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, melalui:

- Kegiatan hubungan investor (analyst meeting dan road show lembaga investasi)
- Public expose* tahunan
- Penyebaran informasi berupa *news release* melalui media
- Website PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk secara berkala (www.alfamartku.com)
- Website Bursa Efek Indonesia dan media cetak

Sejauh ini manajemen PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, berkeyakinan bahwa prinsip-prinsip GCG; (transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, kesetaraan dan kewajaran) termasuk pengendalian internal yang diterapkan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, cukup memadai. Namun demikian manajemen akan senantiasa melakukan *review* dan perbaikan kualitas penerapan prinsip-prinsip GCG. Masukan dari seluruh pemangku kepentingan, penyesuaian dengan peraturan Otoritas Jasa Keuangan dan Bursa Efek Indonesia dan penyesuaian dengan praktik GCG internasional yang patut diteladani merupakan dasar pertimbangan bagi manajemen untuk memperbaiki praktik GCG di lingkungan internal PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk.

2. Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perseroan

Dalam menjalankan usahanya, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, berkomitmen untuk mendukung pemerintah dalam memajukan kesejahteraan masyarakat. Dalam menjalankan usaha PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, memberdayakan karyawan yang berasal dari wilayah di sekitar lokasi usaha sepanjang memenuhi kriteria standar yang telah ditetapkan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Hingga tahun 2016, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, telah memperkerjakan lebih dari 112.000 karyawan. Disamping itu PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, juga menampung produk-produk lokal yang berasal dari pengusaha kecil dan menengah (UMKM) yang telah memenuhi kualifikasi untuk dapat dipasarkan di gerai PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, melalui mekanisme *House Brand/Private Label*. Hingga saat ini sudah ada 600 produk (*stock keeping unit*) yang dipasarkan di gerai melalui mekanisme *private label*.

Program CSR lain yang juga telah dikembangkan, di antaranya Pemberdayaan Pedagang Kecil melalui Program Outlet Binaan Alfamart (OBA) dan Program Pendidikan *Ritel Alfamart Class* Bagi Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

Program OBA adalah representasi merupakan salah satu Pilar CSR Perseroan, yakni Alfamart *Small Medium Enterprises* (SME's). Pembinaan terhadap pedagang kecil yang dilaksanakan melalui program OBA bertujuan membantu warung tradisional untuk mendapat kepastian pasokan barang dengan harga khusus dengan margin yang telah disubsidi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Selain itu, perseroan juga konsisten menyelenggarakan pelatihan manajemen *ritel modern* bagi UMKM dan memberikan bantuan renovasi warung tradisional

agar memiliki tampilan yang lebih baik. Hingga 31 Desember 2016, Perseroan telah membantu merenovasi total 1.205 warung tradisional, menjadikan lebih dari 50.000 pedagang kecil sebagai member aktif OBA, serta memberikan pelatihan kepada lebih dari 2.500 pedagang sepanjang 2016.

Di bidang pendidikan yang merupakan representasi Pilar CSR Perseroan *Alfamart Smart*, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, menjalankan program *Alfamart Class*. Program ini bertujuan melakukan sinkronisasi program pendidikan manajemen ritel dengan kurikulum Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), agar dapat menghasilkan lulusan siap kerja yang memiliki kompetensi sesuai dengan kebutuhan industri ritel. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, juga memberikan hibah bantuan berupa fasilitas laboratorium ritel sebagai media praktik belajar siswa di sekolah. Hingga akhir 2016, *Alfamart Class* telah diimplementasikan di 144 SMK dengan 114 laboratorium ritel di lebih dari 90 kota di Indonesia.

Selain dua program yang berkelanjutan tersebut, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, juga memberikan kontribusi positif bagi daerah di mana PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, beroperasi. Di antaranya, hibah bus pariwisata bertingkat untuk Pemerintah Daerah DKI Jakarta, hibah truk sampah untuk Pemerintah Kabupaten Lebak, serta bantuan cepat tanggap untuk bencana yang terjadi di 2016, seperti di Bandung, Garut, Tasikmalaya, Aceh, Sinabung, dan Bima.

Analisis dan Pembahasan Berdasarkan Analisis dan Teknik Penerapan Proses Bisnis

1. Proses Kegiatan dan Operasional

Pertumbuhan perekonomian nasional di tahun 2016 membawa dampak signifikan bagi kegiatan usaha PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Pengembangan layanan di seluruh gerai dan mempertajam program-program yang telah dikembangkan guna mencapai target dan kesinambungan dalam jangka panjang merupakan fokus PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Perbaikan layanan melalui pendekatan 4P (*Place, Product, Process, People*) yang telah menjadi fokus PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, beberapa tahun terakhir semakin ditingkatkan, melalui program-program internalisasi di gerai dan seluruh lini organisasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Hasil pengukuran kinerja layanan dari setiap gerai dan seluruh bagian di organisasi disampaikan dan disosialisasikan kepada seluruh karyawan dengan tujuan sebagai evaluasi untuk semakin meningkatkan kinerja.

Pengembangan program *clustering* dan format gerai untuk mengoptimalkan kinerja dan mencapai penjualan yang maksimal dievaluasi dan diperbaiki setiap waktu. Maksimalisasi bauran produk *Ready to Drink* dan *Ready to Eat* untuk gerai-gerai *specific* diklasifikasikan dalam 3 kategori (*basic, medium* dan *advance*). Seluruh hal ini bertujuan semakin mempertajam strategi penjualan gerai-gerai PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, sehingga dapat mencapai kinerja penjualan yang optimal. Layanan *e-services* di gerai Alfamart dikembangkan sebagai upaya menjadikan gerai Alfamart sebagai Toko Komunitas yang dapat diandalkan, memberikan banyak kemudahan dan kenyamanan melalui berbagai layanan elektronik seperti *payment point, e-voucher, remittance* dan *financial inclusion (e-wallet dan branchless banking)*. Pengembangan ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan harian masyarakat dan meningkatkan jumlah *traffic* di seluruh gerai Alfamart. Kesiapan sumber daya manusia guna menunjang kecepatan ekspansi bisnis PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, menjadi fokus manajemen. Ketersediaan sumber daya manusia yang kompeten dan berkualitas menjadi target PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, untuk melayani pengembangan gerai/cabang maupun lini organisasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk lainnya.

2. Jaringan Gerai dan Gudang

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk pada tahun 2016 telah berhasil mengelola 12.366 gerai di seluruh wilayah Indonesia, dengan 1.251 merupakan gerai baru. Persebaran gerai di wilayah Jabodetabek mencapai 31,7% dari total gerai PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, wilayah Jawa Non Jabodetabek 40,7% dan wilayah Luar Jawa 27,6%. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk juga melakukan *remapping zona coverage* distribusi untuk gerai-gerai wilayah Jabodetabek dan Jawa sejalan dengan pembukaan gudang baru agar semakin memperkuat layanan kepada

pelanggan. Kontribusi gerai Luar Jawa terhadap total gerai nasional meningkat sebesar 2,32% menjadi 27,6% (2015: 25.3%), hal ini sejalan dengan prioritas PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, beberapa tahun terakhir untuk mendorong pengembangan gerai di wilayah Luar Jawa yang masih memiliki potensi bisnis.

Di tengah ketatnya persaingan investasi, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, masih mampu mengembangkan gerai waralaba dengan membuka 211 gerai di tahun 2016. Hingga akhir tahun 2016, total gerai waralaba mencapai 3.363 gerai atau 27,2% dari total gerai yang dikelola PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Pengelolaan rantai pasokan yang memadai menjadi “pilar” dalam bisnis ritel, oleh karenanya PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, berupaya keras untuk memastikan terjaganya unsur-unsur rantai pasokan sebagai jaminan berjalannya operasional seluruh gerai di Indonesia. Pengelolaan dan pengembangan Gudang sebagai sentral operasi menjadi salah satu fokus PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, untuk menjamin berjalannya rantai pasokan.

Analisa dan perbaikan dilakukan setiap saat untuk memastikan agar persediaan, fasilitas operasi, transportasi dan informasi dapat dikelola menjadi lebih baik untuk mendukung efektivitas dan efisiensi proses bisnis Perseroan. Analisa dan perbaikan proses bisnis dilakukan atas semua pengembangan inisiatif sepanjang tahun 2016 dengan tujuan agar rantai pasokan menjadi semakin responsif dan efektif. Selain itu upaya sinergi kerjasama dengan pemasok melalui sistem web *bussines to bussines* dikembangkan untuk semakin memperkuat rantai pasokan. Pada tahun 2016, Perseroan telah mengoperasikan 32 gudang guna mendukung operasional 12.366 gerai. Perseroan menambah 2 gudang baru di wilayah Cianjur dan Serang guna semakin memperkuat layanan p asokan distribusi ke gerai. Data alamat gudang dan cabang dapat dilihat pada bagian Kantor Cabang.

3. Pemasaran

a. Sales Promotion

Program rutin tahunan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, di tahun 2016 antara lain; Kejutan Awal tahun, Kejutan Akhir Tahun, Senyum Keluarga Indonesia dan Semarak Ulang Tahun Alfamart. Disamping itu program lain yang dilakukan adalah; exclusive fair, promosi tematik dan consumer promo yang bekerjasama dengan pemasok. Beberapa program di tahun 2016 antara lain: 1. Pak Rahmat (Paket Ramadhan Hemat) pada bulan Juni 2016 2. Starwars Medallion Coin dimulai pada bulan Oktober 2016 – Januari 2017 3. Program lain Tebus Gopek, Serba Goceng dan Ceban di sepanjang tahun 2016.

b. Marketing Communication

Tahun 2016 kegiatan *marketing communication* PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, berfokus dan berorientasi kepada interaksi brand Alfamart dengan pelanggan khususnya *mom, kids dan teenagers*.

Komunikasi yang bersifat IMC (*Integrated Marketing Communications*) tetap menjadi *channel* komunikasi yang diprioritaskan. Selain penawaran kasir menjadi faktor utama dalam peningkatan penjualan di gerai, *Point of Sale Materials* (POSM) yang komunikatif dan “friendly” di setiap gerai menjadi daya tarik lain konsumen terhadap program promosi yang dijalankan. Menyadari *leaflet* Alfa Promo yang rutin didistribusikan ke konsumen setiap 2 minggu adalah sarana utama untuk mengundang konsumen datang ke gerai, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, juga melakukan inisiatif menciptakan *leaflet* format baru dengan tampilan yang lebih menarik, *handy dan easy to read*.

c. Customer Loyalty

Program Di tahun 2016, jumlah member PONTA Alfamart (koalisi *membership*) mencapai lebih dari 8,4 juta anggota, dimana 51% anggota aktif berbelanja di gerai Alfamart. Beberapa program member yang dilakukan sepanjang 2016 antara lain; member shopping race, Bukti Kasih Untuk Anda, Member Ultah, Arisan Member, Mudik Bersama dan Hari Pelanggan Nasional.

d. Digital Marketing

Pada tahun 2016 Perseroan tetap berfokus untuk mengembangkan *Customer Experience Management* melalui *social media marketing* dengan tujuan untuk semakin membangun

relasi yang bersifat personal dengan pelanggan. *Social media marketing* mendapatkan sambutan positif dari pelanggan dari tahun ke tahun. Beberapa media yang telah dikembangkan antara lain website www.alfamartku.com dan beberapa sosial media; Facebook Alfamart dengan 1,3 juta fans, Twitter @alfamart dengan 274 ribu follower, Line dengan 10,8 juta fans, Instagram dengan 164 ribu fans, Pixmic dengan 267 ribu fans dan BBM Channels dengan 104 ribu fans. Atas seluruh pencapaian kinerja Perseroan di dunia digital, pada tahun 2016 Perseroan kembali mendapatkan penghargaan Digital Marketing Award dan Social Media Award

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk dapat diambil kesimpulan bahwa, mereka telah melakukan penerapan *business process management* yang telah dilakukan oleh Alfamart berupa point of sale (POS), proses kegiatan operasional, jaringan gerai, *stock opname* gudang, waralaba, dan kegiatan pemasaran. Dapat diketahui bahwa sistem proses bisnis yang digunakan oleh Alfamart secara khusus memiliki keunggulan, pada sistem tersebut dapat meminimalisir serta memudahkan pengelolaan yang telah dilakukan. Tidak hanya itu Alfamart juga melakukan upaya pengembangan kerjasama waralaba dengan melakukan program antara lain; *cash back franchise fee*, *franchisee get franchisee*, *employee get franchisee*, konversi, sewa alih usaha, *profit sharing* dan kerja sama strategis.

Dalam *business process management* termasuk salah satu bagian penting ketika melakukan kegiatan operasional, dampak yang akan terjadi pada operasional ketika transportasi mengalami kendala dapat mengakibatkan kinerja perusahaan Alfamart tidak dapat bekerja secara normal, tidak dapat melakukan penjualan, dan penurunan omset penjualan. Solusi yang dilakukan Alfamart adalah menyesuaikan kondisi permasalahan yang sedang dihadapi dengan melakukan pengembangan *Fiture Online* yaitu *Alfagift*, dengan tujuan memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin berbelanja. Alfamart dapat lebih meningkatkan *business process management* mereka dengan melakukan strategi dengan melakukan perencanaan berdasarkan permintaan pasar, menciptakan relasi dengan *supplier*, terus lakukan perkembangan dan mereview setiap hasil kerja agar dapat terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- A. A. Garini, "Penilaian Tingkat Kematangan Proses Bisnis Berbasis *Enterprise Resource Planning* : Studi," J. Tek. Its, vol. 6, no. 1, pp. 188–191, 2017.
- A. Nur, "Perancangan Struktur Organisasi Menggunakan Pendekatan Proses Bisnis Pada Rumah Sakit Sumber Waras Cirebon," in *eProceedings of Engineering*, 2018, vol. 5, no. 2, pp. 2803–2808.
- A. R. Perdanakusuma, A. Rachmadi, M. G. Muhammad, D. R. Ramadhan, and I. M. Ubaidillah, "Pemodelan Proses Bisnis Pelayanan Aduan Publik pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Mojokerto dengan Menggunakan Business Process Model Notation (BPMN)," *Jurnal Tecnoscienza*, vol. 5, no. 1, pp. 137–156, 2020.
- Alfamart.com, Pt Sumber Alfaria Trijaya Tbk, [diakses pada 8 mei 2024] <https://alfamart.co.id/storage/bid-prospectus/June2020/>
- D. F. F. Intan Rahmatillah, "Perbaikan Proses Bisnis Menggunakan Metode Business Process Improvement Pada Divisi Kasir Supermarket X," *Jurnal Teknik Informatika*, vol. Vol. 8, No, pp. 280–287, 2022.
- D. Oktaviani, A. Azzahra, E. Rosanti, S. Hidayat, and M. Prasetyadhi, "Analisis Manajemen Proses Bisnis Pada Pt Unilever Indonesia Tbk," *Researchgate. Net*, no. September, p. 5840816, 2021, [Online]. Available: https://www.researchgate.net/profile/PraditaParamitha/publication/354364157_ANALISIS_MANAJEMEN_PROSES_BISNIS_PADA_PT_TELKOM_INDONESIA_TBK/links/61339faf38818c2eaf81cb88/ANALISIS-MANAJEMENPROSES-BISNIS-PADA-PT-TELKOMINDONESIA-TBK.pdf.

- Dewantari, D. (2018). Analisis dan Pemodelan Proses Bisnis Pemenuhan Pesanan UMKM XYZ. *Computer Science*.
- E. Putro, A. N. Hidayanto, and H. Prabowo, "The Alignment Factors of Business-IT on Enterprise Architecture : a Systematic Literature Review," in *International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 2018, no. November 2017, pp. 215–219.
- Gusti Syarifudin (2022), "Penerapan *Business Process Management* Dalam Analisis Proses Bisnis Pada CV. Era Elektronik", Seminar Nasional Corisindo, *Institut Teknologi Dan Bisnis Stikom Bali* –11 Agustus 2022.
- H. M. J. Saputra, D. E. Marviainyda, R. A. Larasatu, M. Z. A. Addaffa, and L. H. Atrinawati, "Analisis Proses Bisnis pada Dinas Perdagangan Kota XYZ dengan Menggunakan Business Process Management Lifecycle," *SPECTA J. Technol.*, vol. 4, no. 1, pp. 71–83, 2020, doi: 10.35718/specta.v4i1.181.
- H. S. Wijayanto, A. Rachmadi, and N. Y. Setiawan, "Evaluasi dan Pemodelan Proses Bisnis menggunakan Business Process Management Notation (BPMN) dan Quality Evaluation Framework (QEF) pada KITATATA," vol. 3, no. 9, pp. 8367–8376, 2019.
- Handa Gustiawan. (2019). Makalah Proses Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(5), 55.
- K. Ryan, C. Di, and K. Kudus, "ANALISIS PROSES BISNIS USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)," pp. 24–30.
- Kemas Hasyim, et al (2021), "Analisis Dan Rancangan Manajemen Proses Bisnis Untuk Layanan Pelanggan Di Pt. Pgas Telekomunikasi Nusantara", *Journal of Information System, Informatics and Computing*, e-ISSN : 2597-3673 (Online), p-ISSN : 2579-5201 (Printed).
- Nico Hadi, et al (), "Analisis Rantai Pasok Dan ERP PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Pada Masa Covid-19", *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan dan Akuntansi (MEKA)*, Vol 3, No 1, Mei 2022, pp. 448-455, p-ISSN 2686-1372, e-ISSN 2686-4363.
- S. Sutandi, "Perbaikan Proses Bisnis Logistik Sampah di Kota Cirebon Menggunakan Metode Business Process Improvement (BPI)," *Jurnal Logistik Indonesia*, vol. 4, no. 1, pp. 64–73, 2020, doi: 10.31334/logistik.v4i1.874.
- T. O. Aradiny et al., "Usulan Perbaikan Proses Bisnis Evaluasi *in-House Training* Di Smp Negeri 10 Cimahi Dengan Menggunakan Pendekatan *Business Process Management Proposed Business Process Improvement of in-House Training Evaluation At Smp Negeri 10 Cimahi Using Business Proces*," vol. 8, no. 5, pp. 8812–8819, 2021.
- Winda Sofiana Sundari a, Slamet Bambang Riono b, Dwi Harini c, "Analisis Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamart Songgom", *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, JIMAK Vol 1 No. 2 Mei 2022, p-ISSN: 2809-2406 (cetak), e-ISSN: 2809-2392.
- Y. S. Dharmawan and P. Amelia, "MSMEs Business Process Evaluation using Business Process Management Lifecycle Approach in Gresik," *Advances in Economics, Business and Management Research*, vol. 144, no. 8, pp. 54–59, 2020, doi: 10.2991/aebmr.k.200606.009.
- Yoppy Mirza (2023), "Model Perencanaan Proses Bisnis Berdasarkan *Business Process Management* Pada Universitas Dinamika", *Jurnal Ilmiah MEDIA SISFO*, Vol. 17, No. 1, April 2023. ISSN: 1978-8126, e-ISSN: 2527-7340.
- Z. Rifai, "Pemodelan Proses Bisnis Dengan Bpmn Untuk Kebutuhan *Implementasi Erp* Di Cv Indococo Pasific," *Probisnis (e-Journal)*, vol. 14, no. 2, pp. 45–59, 2021, doi: 10.35671/probisnis.v14i2.1389.