

BUSINESS PROCESS MODEL AND NOTATION (BPMN) DONAT MADU CIHANJUANG

Deni Heryanto

Sekolah Tinggi Teknik Garut
deni.heryanto@sttgarut.ac.id

Vemy Suci Asih

STKOM Al Ma-soem
Just.vey@gmail.com

ABSTRACT

This paper discusses the business process modeling at Donat Madu Cihanjuang, the purpose of this research is to model the business process using BPMN to improve in terms of service for consumers, starting from literature study and data collection through interview. Further modeling and simulation of current business processes using BPMN, problem analysis, modeling and simulation of proposed business processes and comparison of results. The method used is Business Process Improvement (BPI) approach. The results obtained are proposed modeling new business processes in improving services to customers (consumers).

Keywords: *Business Process, BPMN, BPI, Proposed Business Process.*

ABSTRAK

Paper ini membahas tentang pemodelan proses bisnis pada Donat Madu Cihanjuang, tujuan dari penelitian ini adalah memodelkan proses bisnis menggunakan BPMN untuk meningkatkan dari sisi pelayanan bagi konsumen, dimulai dari studi kepustakaan dan pengumpulan data melalui wawancara. Selanjutnya dilakukan pemodelan dan simulasi proses bisnis yang sedang berjalan saat ini dengan menggunakan BPMN, analisis permasalahan, pemodelan serta simulasi proses bisnis usulan dan perbandingan hasil. Metode yang dipakai menggunakan pendekatan *Business Process Improvement* (BPI). Hasil yang didapat adalah usulan pemodelan proses bisnis baru dalam meningkatkan layanan terhadap pelanggan (konsumen).

Kata kunci: Proses Bisnis, BPMN, BPI, Usulan Proses Bisnis .

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam organisasi tentunya sudah pasti memiliki proses bisnis yang menopang kegiatan/ aktivitas bisnis didalamnya guna mencapai visi dan misi yang teridentifikasi. Proses bisnis adalah aktivitas yang dilakukan perusahaan yang berkaitan memberikan layanan atau produk kepada pelanggan. Cara penyampaian/proses yang dilakukan sangat mempengaruhi pada "kualitas layanan" yang dirasakan oleh pelanggan dari segi efisiensi pada layanan yang diberikan (M.Dumas, 2013).

Donat Madu Cihanjuang (DMC) merupakan suatu perusahaan waralaba yang bergerak dalam bidang makanan ringan berdiri pada tahun 2010 berlokasi di Jl. Cihanjuang, Cimahi Bandung, Jawa Barat. Pasalnya cita rasa donat madu berhasil memikat masyarakat sehingga tertarik untuk mencicipinya lagi. Awal dalam memasarkan produknya, pegawai DMC menyusur masyarakat perumahan dan perkantoran warga Kota Bandung khususnya kawasan Cihanjuang Cimahi, karena dilihat dari segi wilayahnya memiliki penduduk yang cukup padat dan berkembang sehingga dapat menjadi segmen pasar yang bagus.

Pemilik DMC dalam menjalankan bisnisnya mengakui terdapat suatu kendala utama yang kerap dihadapi, seperti masalah karyawan. Menurutnya sulit mendapatkan karyawan yang loyal yang mampu melayani pelanggan dengan baik disamping itu juga semakin berkembangnya DMC maka tingkat konsumen juga semakin bertambah banyak sehingga membuat karyawan kewalahan dalam memberikan pelayanannya, seperti layanan dalam penyajian donat, layanan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dituangkan dalam media daring (online) karena media untuk iklan DMC salahsatunya menggunakan *website* selain menyebar brosur, hingga memasang iklan di media cetak.

Berdasarkan hasil diskusi/ wawancara yang dilakukan penulis dengan pemilik DMC lebih tepatnya DMC cabang yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani Timur no. 502 Suci Karangpawitan, diketahui bahwa DMC cabang tersebut belum meningkatkan proses bisnis yang mampu menjadikan perusahaan menjadi lebih efektif dan efisien untuk internal yang berujung pada tingkat kepuasan eksternal (pelanggan/ konsumen).

Menanggapi permasalahan yang ada pada DMC cabang, penulis mengangkat fenomena ini untuk dilakukan sebuah penelitian. Proses bisnis dalam layanan pada DMC akan menjadi fokus dalam penelitian ini. Penulis akan memodelkan proses bisnis yang sedang berjalan pada DMC cabang dan mengidentifikasi masalah pada proses bisnis tersebut. Selanjutnya akan dilakukan analisis serta perbaikan proses bisnis.

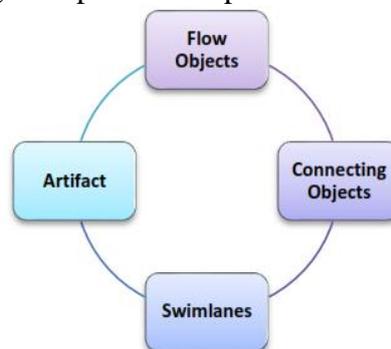
Dalam bukunya "*Business Process Improvement Toolbox*" mengemukakan proses bisnis dibagi menjadi dua yaitu proses utama dan proses pendukung. Proses utama, adalah proses yang menghasilkan nilai bagi perusahaan. Mereka yang langsung berhubungan dengan perusahaan serta menerima suplai dari pemasok untuk aktivitas pelanggan dan proses pendukung, tidak proses yang mendapatkan nilai secara langsung, melainkan suatu proses yang mendukung berlangsungnya aktivitas proses utama (B.Andersen, 2007).

Business Process Improvement (BPI) adalah suatu metode sistematis yang dikembangkan untuk membantu sebuah perusahaan/ organisasi sehingga memperoleh keuntungan yang signifikan dalam setiap menjalankan aktivitas-aktivitas proses bisnisnya (H.Harrington, 1991).

1.2 Tinjauan Pustaka

1.2.1 Business Process Model and Notation (BPMN)

BPMN bertujuan untuk memberikan semua pengguna bisnis dengan notasi yang mudah dimengerti, dimulai dari analisis bisnis yang membuat awal konsep proses, pengembangteknologi yang bertanggung jawab untuk menerapkan proses yang ada, dan proses pengelolaan serta memonitornya. Oleh sebab itu BPMN berfungsi sebagai jembatan antara perancangan proses bisnis dengan implementasi proses bisnis (M.Weske, 2007).



Gambar 1 Eelemen BPMN

Keterangan :

1. *Flow Objects*; terdiri dari *event*, *activities*, dan *gateway*.

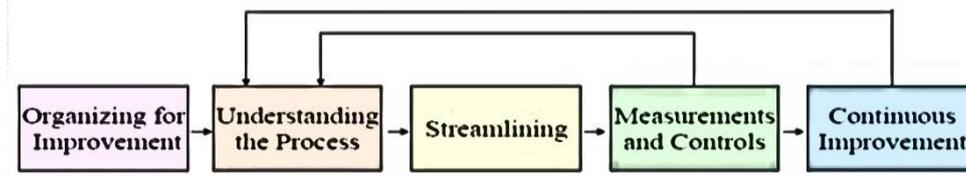
2. *Connecting Objects*; biasa digunakan untuk menghubungkan *flow object* melalui beberapa jenis *arrows*.
3. *Swimlanes*; terdiri dari *pool* dan *lane*.
4. *Artifacts*; dapat dimasukkan kedalam model dimana model tersebut dianggap sesuai dalam rangka untuk menampilkan informasi lebih lanjut terkait seperti data yang diproses atau komentar – komentar lain (D. Rahmawati, 2017).

1.2.2 Bizagi Modeler

Bizagi Modeler merupakan aplikasi berbayar dan juga *freeware* untuk diagram grafis, dokumen dan mensimulasikan proses dalam format standar yang dikenal sebagai *Business Process Modeling Notation* (BPMN).

1.2.3 Business Process Improvement (BPI)

BPI merupakan suatu metodologi yang dikembangkan untuk membantu organisasi dalam membuat kemajuan yang signifikan dalam cara beroperasi. Poin penting dalam BPI antara lain, proses waktu siklus, kualitas, efisiensi proses, pengiriman tepat waktu dan meminimalisir tingkat kesalahan (W.R.Nickerson, 2014). Terdapat beberapa tahapan pada BPI yang dituangkan pada gambar berikut:



Gambar 2 Tahapan BPI

Keterangan :

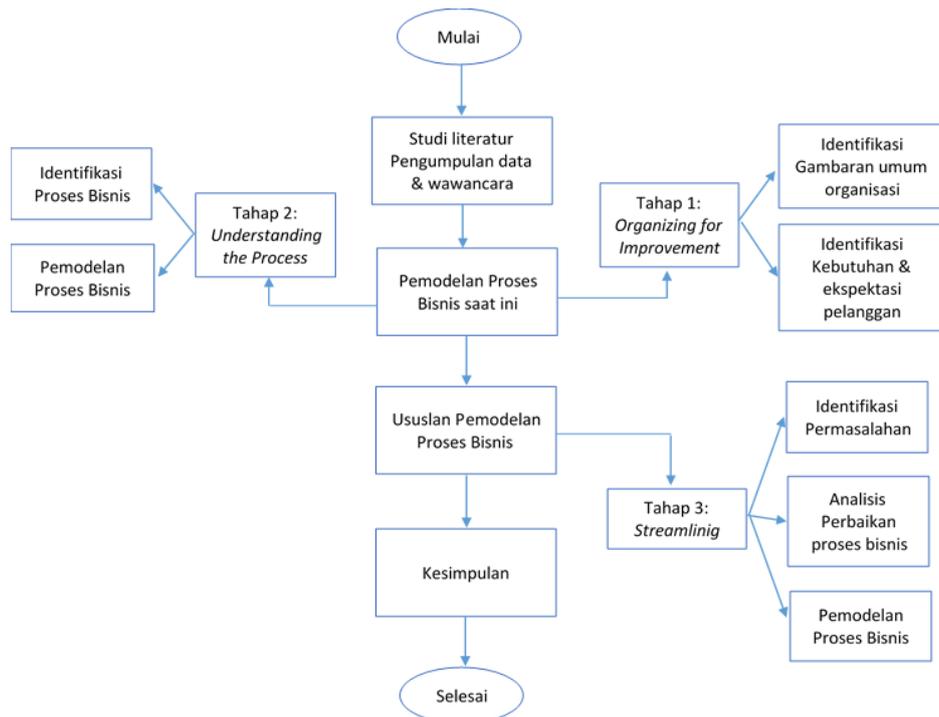
1. (*Organizing for Improvement*); tahapan ini untuk membangun komitmen, pemahaman dan kepemimpinan agar proses bisa berhasil.
2. (*Understanding the Process*); tahapan ini untuk memahami dan mendalami semua dimensi dari proses bisnis saat ini.
3. (*Streamlining*); tahapan ini untuk memperbaiki atau meningkatkan efektifitas, efisiensi dan kemampuan adaptasi proses bisnis.
4. (*Measurements and control*); tahapan ini untuk menerapkan dan menetapkan sistem yang bertujuan untuk mengontrol proses perbaikan berkelanjutan.
5. (*Continuous Improvement*); tahapan ini untuk menerapkan dan menetapkan proses perbaikan berkelanjutan (A.T.Helmi, 2018).

1.2.4 Analisis Value Chain

Analisa *value chain* dikemukakan oleh *Michael Porter* (Ward & Pepperd, 2002) bahwa perusahaan merupakan sekumpulan kegiatan yang dilakukan oleh produksi, pemasaran, pengiriman dan dukungan terhadap produk. Keseluruhan kegiatan dipresentasikan menggunakan *value chain* (T.Kristanto, 2015).

2. METODOLOGI

Penelitian dilakukan dalam beberapa tahap yang meliputi studi literatur, pengumpulan data yang berupa observasi wawancara, pemodelan proses bisnis saat ini, usulan pemodelan proses bisnis, serta pengambilan kesimpulan.



Gambar 3 Metodologi Penelitian

2.1 Identifikasi Gambaran Umum Organisasi DMC

DMC memiliki visi Donat Madu Cihanjuang suatu produk halal dan sehat dengan bersyariat Islam berstandarisasi Internasional dan bermanfaat untuk banyak umat. Sedangkan untuk misi Donat Madu Cihanjuang menjadi ikon donat Indonesia yang mendunia.

2.2 Identifikasi Kebutuhan danEkspektasi Pelanggan

Adapun identifikasi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan yaitu :

1. Dari sisi DMC

Kebutuhan akan karyawan baru, akan tetapi menambah karyawan justru menambah juga pengeluaran perusahaan, maka dari itu DMC membutuhkan rancangan sistem *chat* otomatis untuk menjawab pertanyaan pelanggan, merancang katalog digital, merancang sistem *print out* otomatis jika ada pelanggan yang memesan secara *daring*.

2. Dari sisi pelanggan

Pelanggan menginginkan pelayanan cepat dari admin sosial media dalam menjawab beberapa pertanyaan, pelanggan juga menginginkan produk DMC dapat dipesan dimana saja melalui *online*.

2.3 Identifikasi Proses Bisnis

Adapun identifikasi proses bisnis terdiri dari beberapa tahapan yaitu sebagai berikut :

1. Analisis *Value Chain*

Analisa *Value Chain* dapat membagi potensi sesuai kebutuhan bisnis oleh masing-masing bagian, terlihat di setiap aktivitas utama maupun aktivitas pendukung. Dari proses analisa, teridentifikasi proses kebutuhan bisnis pada aktivitas utama maupun aktivitas pendukung. Aktivitas utama berhubungan dengan *Inbound Logistic* (pengembangan dan pelatihan karyawan), *Operations* (penyelenggara keuangan), *Outbound Logistic* (kinerja karyawan), *Marketing Logistic* (sistem promosi), *Services* (pelayanan pelanggan) pada aktivitas pendukung merupakan aktivitas yang tidak terlibat dalam proses kegiatan secara langsung, akan tetapi dapat meningkatkan efektivitas maupun efisiensi. Aktivitas

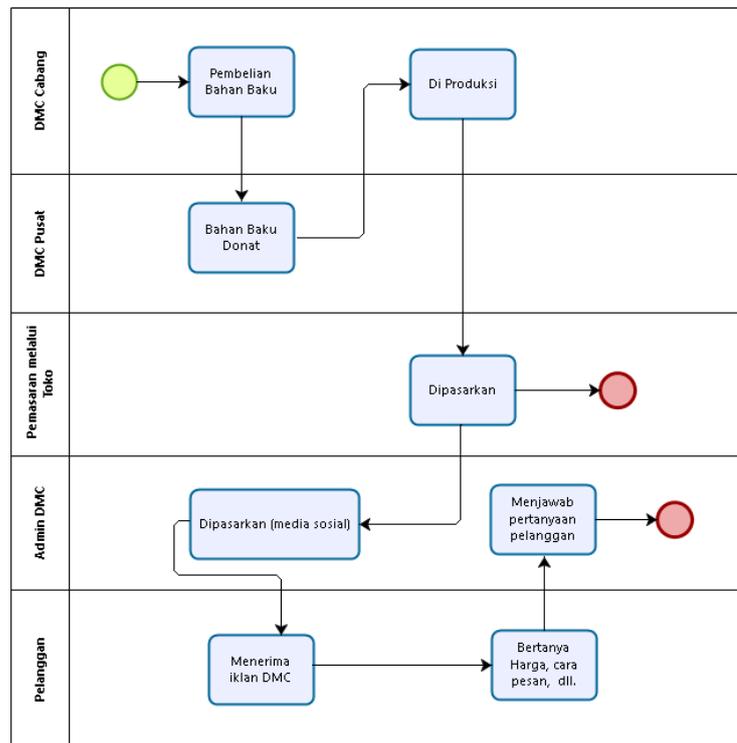
pendukung adalah (manajemen peralatan), (manajemen sumber daya manusia), (manajemen teknologi informasi), dan (manajemen produksi).



Gambar 4 Analisis Value Chain DMC

2.4 Pemodelan Proses Bisnis saat ini

Gambaran umum model proses bisnis DMC cabang dituangkan pada model BPMN dibawah ini:



Gambar 5 Proses Produksi dan Pemasaran

3. ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM

3.1 Identifikasi Permasalahan

Kebutuhan akan karyawan baru, akan tetapi menambah karyawan justru menambah juga pengeluaran perusahaan, maka dari itu DMC membutuhkan rancangan sistem chat otomatis untuk menjawab pertanyaan pelanggan, merancang katalog digital, merancang sistem print out otomatis jika ada pelanggan yang memesan secara daring.

Pelanggan menginginkan pelayanan cepat dari admin sosial media dalam menjawab beberapa pertanyaan, pelanggan juga menginginkan produk DMC dapat dipesan dimana saja melalui *online*.

3.2 Analisis Perbaikan Proses Bisnis

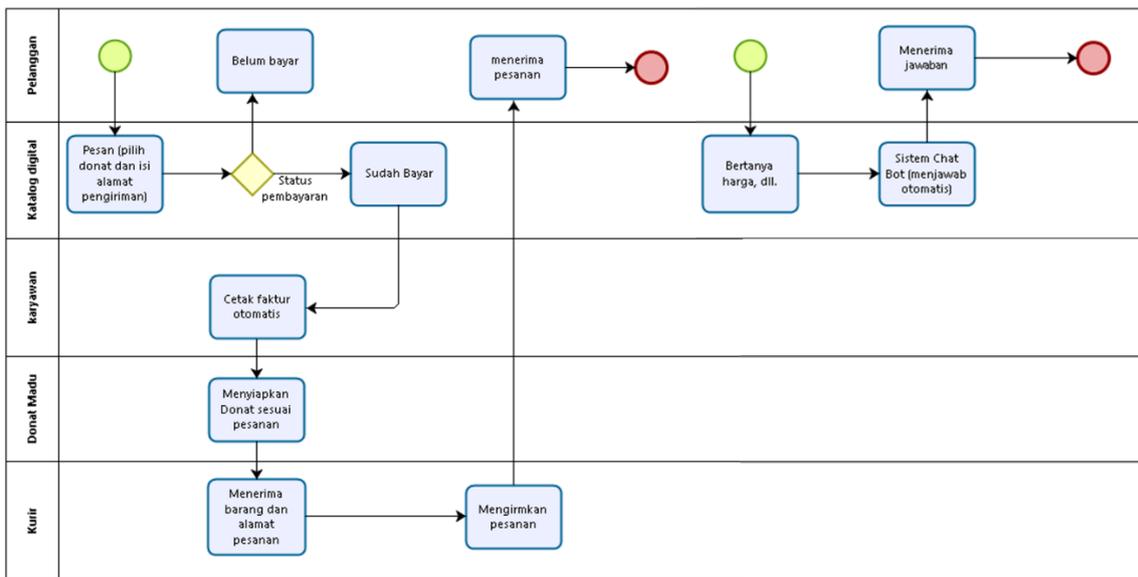
Berdasarkan identifikasi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan dan berdasarkan hasil analisa *value chain* maka untuk menyelesaikan permasalahan tersebut yaitu :

1. Merancang sistem katalog digital
2. Merancang fitur *print out* otomatis faktur pesanan secara daring
3. Merancang sistem robot/ *chat bot* yang bisa menjawab otomatis pertanyaan pelanggan.

3.3 Pemodelan Proses Bisnis

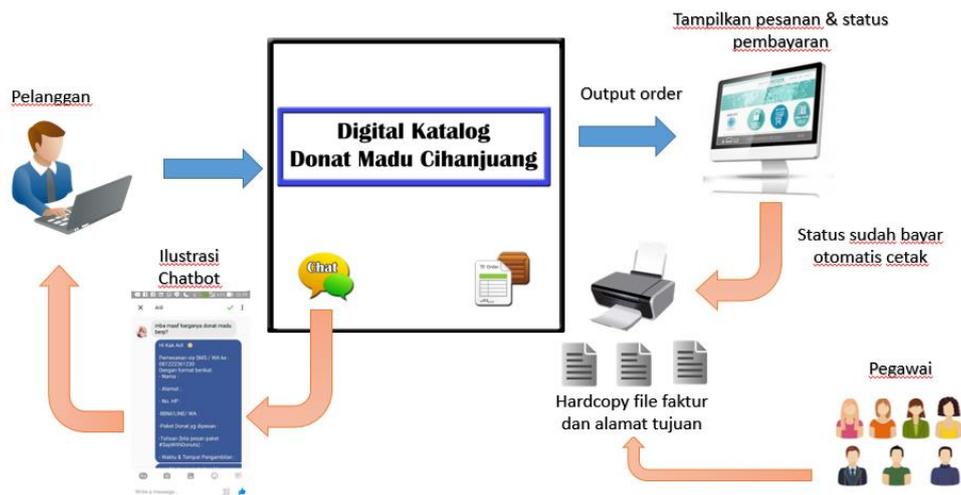
Pemodelan yang di usulkan dalam proses bisnis DMC yaitu :

1. Model BPMN



Gambar 6 Usulan Proses Bisnis Layanan

2. Model Umum



Gambar 7 Model Umum

4. PENUTUP

Dengan penerapan BPMN ini maka pelayanan menjadi lebih efektif dan efisien dalam melayani pelanggan karena:

1. Tidak membutuhkan karyawan tambahan
2. Mengurangi pengeluaran biaya operasional/ penggajian karyawan

Untuk pengembangan kedepannya konsep ini akan terintegrasi dengan metoda pembayaran bagi pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. T. Helmi. (2018). *Analisis Dan Pemodelan Proses Bisnis Menggunakan Business Process Improvement (BPI) Pada Lembaga Bimbingan Belajar (Studi Kasus: Lembaga Bimbingan Belajar Prisma)*. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 2, no. 10, p. 4186.
- B. Andersen. (2007). *Business Improvement Toolbox*. America, William A. Tony.
- D. Rahmawati. (2017). *Analisis dan Pemodelan Proses Bisnis Bidang Pelayanan Perizinan Menggunakan Bussiness Process Model and Notation (BPMN) (Studi Pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pemerintah Kota Malang)*. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 11, no. 1, p. 1340.
- H. Harrington. (1991). *Business Process Improvement: The Breakthrough Strategy for Total Quality, Productivity, and Competitiveness*. New York: McGraw-Hill.
- M. Dumas. (2013). *Fundamentals of Business Process Management*. New York: Springer Heidelberg New York Dordrecht London.
- M. Weske.(2007). *Business Process Management Concepts Languages, Architectures*. New York: Springer.
- T. Kristanto. (2015). *Perencanaan Strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi pada PT. Adira Dinamika Multi Finance*. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*, p. 2.

W. R. Nickerson. (2014). *Business Process Improvement Methodologies: Common Factors and Their Respective Efficacies*, England UK: University of Gloucestershire.