

**STRATEGIC HUMAN RESOURCE MANAGEMENT'S PROJECT
HEALTH CARE INDUSTRIES**

Studi Kasus pada Perusahaan Prodia Widyahusada (PRDA)

**Laporan Ini Disusun Guna Memenuhi Tugas Akhir
Mata Kuliah Manajemen Sumber Daya Manusia Strategis
Diampu Oleh: Prof. Setyabudi Indartono, Ph.D**



Disusun Oleh:

Husna Aisyah Abida	20808144058
Tiara Dini Oktavia Kusnadi	20808141019
Ferdian Barkah Ivan Hidayat	20808141127

Program Studi Manajemen

Universitas Negeri Yogyakarta

2022

COMPANY PROFILE



Untuk Diagnosa Lebih Baik

PT Prodia Widyahusada Tbk (PRDA) atau seringkali dikenal dengan Laboratorium Klinik Prodia, bergerak dalam bidang pengoperasian laboratorium klinis didirikan pertama kali di Solo pada tanggal 7 Mei 1973. Sejak awal, Andi Widjaja beserta seluruh pendiri lainnya tetap menjaga komitmen untuk mempersembahkan hasil pemeriksaan terbaik dengan layanan sepenuh hati. Komitmen itulah yang mengantarkan PT Prodia Widyahusada Tbk menjadi Laboratorium Klinik terbaik dan terbesar di Indonesia seperti sekarang ini serta menjadi Pusat Rujukan Nasional atau Prodia National Reference Lab (PNRL). Mengandalkan sinergi antar berbagai organ perusahaan yang didukung oleh layanan laboratorium dan pengembangan layanan *wellness health care provider* dengan teknologi terkini berbasis *personalized medicine* disertai tenaga ahli yang berpengalaman serta dapat dijangkau di seluruh wilayah Indonesia.

Sampai dengan akhir tahun 2021, Prodia memiliki 259 outlet yang tersebar di 74 kota dan 67 kabupaten di 34 provinsi di Indonesia. Hal ini menjadikan Prodia sebagai laboratorium klinik terbesar berdasarkan kategori pendapatan dan jejaring laboratorium di Indonesia; merek laboratorium klinik premium; dan pelopor serta pengaruh dominan dalam industri laboratorium klinik. Prodia telah memiliki Prodia Health Care (PHC) yakni layanan *wellness clinic* yang berbasis *personalized medicine* serta *specialty clinics* yang terdiri dari Prodia Children's Health Centre (PCHC), Prodia Women's Health Centre (PWHC) dan Prodia Senior Health Centre (Pshc).

I. THE LONG RUN STRATEGIC MAP

Layanan kesehatan pada masa depan tentu sarat akan penggunaan teknologi. Maka dari itu, Prodia telah mempersiapkan sistem teknologi informasi untuk meningkatkan kemudahan akses layanan kesehatan bagi masyarakat Indonesia. Terobosan dan inovasi di

sektor kesehatan terus berkembang dalam bentuk aplikasi kesehatan digital, teknologi kecerdasan buatan, dan pemanfaatan media sosial. Adaptasi terhadap tren perkembangan teknologi terus dilakukan demi kesehatan, keamanan dan kenyamanan pelanggan. Adapun strategi jangka panjang milik Prodia antara lain:

1. Fokus pada pengembangan *next generation diagnostic technologies* untuk *precision medicine*
2. Mengatur ekosistem kesehatan dengan kualitas terbaik
3. Transformasi model B2C melalui *omnichannel customer journey* dan POC (*point of care*) sebagai pendorong pertumbuhan
4. Menjadi pemimpin industri dalam hal biaya
5. Membangun pilar pertumbuhan baru

II. DESCRIPTION OF EACH STAGES OBJECTIVES

Tinjauan strategis yang dijalankan oleh Prodia berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan yang dilakukan perseoran kepada seluruh segmen pelanggan dan berdampak pada peningkatan kontribusi pendapatan dari seluruh segmen pelanggan. Melalui strategi inovasi yang menambah nilai bagi pelanggan, masing-masing segmen usaha memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan Perseroan. Segmen pelanggan individu dan rujukan dokter menyumbang masing-masing sekitar 33,8% dan 31,4% kepada pendapatan Perseroan. Sedangkan kontribusi segmen referensi pihak ketiga dan klien korporasi sekitar 21,2% dan 13,6% terhadap pendapatan Perseroan.

A. Digitalisasi Prodia

Jejak digitalisasi Prodia telah terlihat dalam beberapa tahun terakhir ini melalui optimalisasi penggunaan teknologi dalam aplikasi e-Prodia yang memungkinkan pelanggan untuk mendaftar dan memesan layanan pemeriksaan kesehatan tanpa harus antri, sistem pembayaran secara online, akses hasil pemeriksaan secara *online*, layanan *home service*, *personal virtual assistant* TANIA, dan Kontak Prodia 1500-830. Prodia terus meningkatkan layanan kepada pelanggan melalui layanan telekonsultasi, Prodia in Your Car, pemeriksaan COVID-19 dengan alat otomatis penuh dan berkolaborasi dengan platform layanan kesehatan digital

B. Strategi Manajemen Mutu

Melalui kinerja berlandaskan mutu, manajemen dan karyawan Prodia memiliki komitmen untuk menghasilkan pemeriksaan dan layanan kesehatan prima yang memuaskan pelanggan dan pihak terkait, serta melakukan perbaikan

berkesinambungan dan menghasilkan kualitas secara konsisten di setiap cabang Prodia di Indonesia. Sistem manajemen mutu tersebut meliputi:

- 1) Bagian Pengawasan Manajemen Mutu dan Technical Quality Assurance (TQA)
 - a) Memastikan Standard Operating Procedure (SOP) Prodia terimplementasi sempurna dan menyeluruh di setiap cabang Prodia
 - b) Memastikan setiap kantor cabang prodia memenuhi persyaratan ISO 9001 2008 dan ISO 15189
 - c) Melakukan program audit mutu internal dan eksternal dari badan sertifikasi secara berkala
- 2) Mengikuti Program Pemantapan Mutu Nasional dan Internasional
 - a) Program Nasional Pemantapan Mutu Eksternal - Depkes RI
 - b) External Quality Assurance (EQAS) Biorad – USA
 - c) Royal College of Pathologists of Australasia (RCPA) – Australia
 - d) College of American Pathologist (CAP) – USA
 - e) Medical Laboratory Evaluation (MLE) – USA
 - f) Euroimun – Germany
- 3) Aktivitas Prodia dalam Mencapai Tujuan untuk terus Meningkatkan Kualitas dan Layanan
 - a) Menjadi pusat informasi diagnostik dengan menyediakan informasi terkini mengenai perkembangan ilmu kedokteran bagi dokter dan masyarakat umum melalui seminar, perpustakaan, sarana promosi, website, akun resmi, maupun aplikasi mobile Prodia
 - b) Menunjang pengembangan ilmu kedokteran laboratorium dengan cara menjalin kerjasama dengan institusi luar negeri, diantaranya National University Hospital (NUH Singapura), Quest Diagnostic USA, serta berbagai organisasi profesi di bidang kesehatan misalnya Himpunan Kimia Klinik Indonesia (HKKI), Persatuan Ahli Teknologi Laboratorium Kesehatan Indonesia (Patelki), Asian and Pacific Federation of Clinical Biochemistry (APFCB), dll
 - c) Menjadi laboratorium Pusat Rujukan Nasional (PRN) yang melayani lebih dari 600 jenis pemeriksaan laboratorium dengan rata-rata 130.000 tes/bulan. PRN beroperasi 24 jam sehari dan menggunakan sistem online untuk registrasi pasien dari perujuk, interfacing alat laboratorium, dan

pengiriman hasil pemeriksaan ke perujuk. Sejak tahun 2012, PRN menjadi laboratorium pertama dan satu-satunya di Indonesia yang terakreditasi College of American Pathologists (CAP)

- d) Menjadi laboratorium sentral untuk pusat penunjang penelitian dan semua bidang kedokteran
- e) Menjadi sentral penelitian dan pengembangan ilmu kesehatan di Indonesia dengan adanya Departemen Pengembangan Diagnostik dengan fokus pada mengevaluasi perkembangan ilmu dan teknologi laboratorium kesehatan, termasuk pemeriksaan, metode dan instrumen, serta pengembangan jenis pemeriksaan, mencari perlengkapan, dan metode pemeriksaan terbaru untuk memastikan bahwa Prodia menunjang diagnosis yang lebih akurat dan presisi

C. Strategi Manajemen SDM

Perseroan berkomitmen untuk mengembangkan tenaga kerja berkompetensi tinggi yang memiliki ketangkasan, pola pikir digital (*digital mindset*) untuk terus berkembang, dan menganut nilai-nilai The Spirit of Prodia untuk menjalankan bisnis di tengah perkembangan industri yang dinamis. Kualitas sumber daya manusia (SDM) bergantung pada kombinasi dari rekrutmen talenta berkualitas, pengembangan kompetensi berkelanjutan, manajemen talenta, serta program pengembangan kepemimpinan.

Kebijakan strategis pengelolaan SDM mencakup:

1. Pengelolaan proses rekrutmen karyawan baru yang profesional dan berbasis kompetensi dalam rangka memenuhi kebutuhan tenaga kerja dan regenerasi
2. Pengembangan potensi, kompetensi, dan keahlian karyawan melalui pemberian *training* internal dan eksternal, beasiswa pendidikan lanjut, *project* khusus, dan sistem rotasi atau mutasi
3. Perencanaan suksesi (*succession planning*) khususnya bagi level manajerial melalui *employee mapping* untuk potensi dan kinerja karyawan
4. Evaluasi kinerja karyawan berdasarkan *key performance indicator* yang telah ditetapkan untuk mendukung visi, misi serta rencana strategis jangka pendek dan jangka panjang perseroan
5. Peningkatan kesejahteraan karyawan melalui tinjauan berkala atas gaji berdasarkan kinerja dan *cost of living adjustment*, jaminan pemeliharaan

kesehatan bagi karyawan dan keluarga karyawan, penghargaan masa kerja, dll

III. ROAD MAP OF FIRMS STRATEGIES

Prodia Widyahusada selaku pelopor industri laboratorium klinik swasta di Indonesia dan terus mempertahankan titel pemimpin pasarnya, menyusun strategi pengembangan usaha untuk terdepan mengambil peluang dari pertumbuhan pasar yang signifikan. Peta jalan Prodia Widyahusada mencakup Rencana Pengembangan SDM, Strategi Pertumbuhan Jangka Pendek, dan Strategi Pengembangan Usaha.

A. Rencana Pengembangan SDM Tahun 2022

1. *Fostering Resilient Organization*: Menyiapkan organisasi yang tangguh terhadap disrupsi melalui program pendukung, seperti melanjutkan program *digital awareness*, melakukan penyesuaian penilaian kinerja dan *compensation and benefit*, serta menyiapkan *future way of work*
2. *Strengthen Talent Management & Learning Agility*: Meningkatkan program *talent management* dan juga sistem pembelajaran agile melalui program yang semakin komprehensif dan terstruktur
3. *Fostering Customer Centric Practices*: Membangun customer centric sebagai budaya seluruh Insan Prodia dalam melayani pelanggan internal dan eksternal, baik garda terdepan karyawan organik maupun mitra kerja
4. *Healthy Workforce*: Gaya hidup sehat sebagai kebiasaan baru bagi seluruh Insan Prodia dan keluarga Insan Prodia.

B. Strategi Pertumbuhan Jangka Pendek

1. Memperluas kehadiran Prodia dan mengembangkan jejaring *outlet* Prodia di Indonesia baik cabang fisik maupun dalam bentuk digital
2. Mengembangkan kemampuan data dan analitik untuk menciptakan nilai bisnis
3. Meningkatkan kemampuan cabang eksisting untuk menyediakan berbagai pemeriksaan dan layanan yang lebih luas, serta meningkatkan volume
4. Meningkatkan efisiensi operasional internal
5. Memperkuat kemampuan digital untuk memungkinkan pertumbuhan bisnis
6. Fokus pada penyediaan tes dan layanan kesehatan diagnostik yang berkualitas

C. Strategi Pengembangan Usaha

1. Terus memperluas ketersediaan layanan Perseroan dan memperbesar jejaring outlet Perseroan di Indonesia baik dalam pasar baru maupun yang sudah ada dengan melakukan penetrasi pasar yang baru
2. Meningkatkan pelayanan dari cabang-cabang klinik menjadi klinik Prodia Health Care (PHC) agar dapat menyediakan pemeriksaan dan layanan yang lebih lengkap untuk kebutuhan pasien dan meningkatkan jumlah pemeriksaan
3. Meningkatkan efisiensi dari kegiatan operasional internal secara berkelanjutan dengan melakukan optimalisasi atas model bisnis dan kualitas pelayanan perseroan
4. Terus fokus pada penyediaan diagnosis berkualitas dengan program *quality assurance* guna mengontrol mutu serta pemeriksaan dan pelayanan kesehatan lainnya dan juga berupaya menarik SDM yang berkualitas
5. Fokus pada pengembangan teknologi untuk pengembangan layanan *precision medicine*
6. Meluncurkan layanan dan saluran komunikasi digital untuk mempermudah pelanggan mengakses layanan Prodia

IV. STRATEGIC STATEMENT ON VARIOUS SPECIFIC OBJECTIVE

Prodia menjaga momentum pertumbuhan bisnis dengan menjalankan inisiatif strategis dan memperluas jejaring layanan. Hingga kuartal I/2017, Prodia telah menambah sembilan unit Point of Care (POC), dua laboratorium Rumah Sakit, dan meresmikan Prodia Womens Health Centre (PWHC) sebagai pusat kesehatan khusus bagi perempuan berbasis women-wellness yang pertama di Indonesia dengan teknologi diagnostik terbaru. Dalam lima tahun ke depan, Prodia akan menambah dua laboratorium rujukan berskala regional di Sumatera dan Jawa, 33 laboratorium klinik, dan 12 klinik khusus baru.

Perseroan juga akan menambah 20 POC Service dan lima laboratorium rumah sakit per tahun. Melalui rencana strategis ini, Prodia akan berusaha untuk tetap menjadi pemimpin di laboratorium swasta dan menjadi referensi laboratorium di seluruh Indonesia dengan konsep wellness healthcare. Dengan rekam jejak dan kualitas SDM yang teruji, perseroan optimistis akan mampu melayani kebutuhan masyarakat Indonesia dan menjadi tuan rumah di negeri sendiri. Konsep pengelolaan kesehatan di Prodia di masa depan akan berbasis individual (*personalized medicine*). Menurut Direktur Utama Prodia Widyahusada Muliaty dengan pengelolaan kesehatan berbasis *personalized medicine* ini,

pelanggan umum dilayani di klinik Prodia Health Care (PHC), sementara klinik khusus akan melayani layanan personal seperti Prodia Children Health Centre (PCHC), Prodia Women's Health Centre (PWHC), dan Prodia Senior Health Centre (PSHC).

V. ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT STRATEGIES INFORMATION

PT Prodia Widyahusada Tbk terus berupaya melanjutkan kinerja positif pada tahun 2021. Penyedia jasa laboratorium dan perawatan kesehatan (healthcare) ini pun menyiapkan sejumlah strategi agar pendapatannya di tahun ini naik. Prodia membukukan kenaikan pendapatan bersih sebesar 7,40% (yoy) menjadi Rp 1,87 triliun pada tahun 2020. Laba bersih tahun berjalan Prodia tumbuh 27,82% (yoy) menjadi Rp 268,75 miliar di tahun lalu. Direktur Utama Prodia Widyahusada Dewi Muliaty mengatakan, pihaknya berharap kinerja pendapatan Prodia di tahun ini mencapai dua kali lipat dibandingkan pertumbuhan ekonomi nasional.

Pada dasarnya, Prodia selalu berupaya untuk meningkatkan pendapatan, memaksimalkan produktivitas dan pengendalian biaya, serta fokus pada keunggulan operasional bisnis inti perusahaan dengan tetap memprioritaskan keamanan, kesehatan, serta keselamatan karyawan dan pelanggan.

Dalam menghadapi pandemi Covid-19 yang masih berlangsung dan era kenormalan baru, Prodia menerapkan strategi “Embracing Future Healthcare” dengan mempercepat penyiapan transformasi digital yang telah menjadi rencana strategis perusahaan sejak beberapa tahun terakhir.

Implementasi digital akan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan maupun untuk pengembangan sistem operasional Prodia itu sendiri. Alhasil Prodia dapat mempercepat akses layanan dan produktivitas perusahaan.

Langkah Prodia selanjutnya adalah mengembangkan minimal ada 10 pemeriksaan terbaru setiap tahunnya. Sejak tahun 2016, sesuai visinya sebagai *Centre of Excellence* dan menjadi layanan kesehatan terpercaya menunjang pengobatan generasi baru, Prodia mengembangkan pemeriksaan berbasis genomik. Di mana pemeriksaan ini sifatnya lebih preventif dan prediktif, contohnya pemeriksaan risiko kanker, penyakit degeneratif seperti diabetes, hipertensi, kardiovaskular, serta penyakit autoimun. Inovasi produk dan layanan ini tujuannya adalah memberikan *personalized medicine*.

Prodia juga mengembangkan layanan terbaru yakni *Prodia In Your Car* dalam rangka meningkatkan kemudahan, kenyamanan dan keamanan pelanggan mengakses layanan kesehatan Prodia selama pandemi. Layanan ini memungkinkan pengambilan

sampel darah dilakukan dalam mobil pelanggan tanpa perlu turun dari mobil, petugas akan menghampiri dan melakukan pengambilan sampel dengan tetap menerapkan protokol kesehatan.

Selain layanan Prodia in Your Car, sebelumnya Prodia juga menghadirkan layanan Telekonsultasi untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan konsultasi mengenai kondisi kesehatan melalui video call tanpa harus datang ke Prodia. Kemudian tersedia juga layanan Home Service untuk pengambilan sampel di rumah pelanggan, hingga layanan e-Prodial untuk melakukan pemesanan, pembayaran dan melihat hasil pemeriksaan secara online.

VI. PERSONAL DEVELOPMENT STRATEGIES INFORMATION

Salah satu langkah strategis dalam mewujudkan visinya sebagai Centre of Excellence di bidang layanan kesehatan, PT Prodia Widyahusada Tbk (Kode Saham: PRDA) meluncurkan Prodia Corporate University (ProU) yang bertujuan untuk mengembangkan kompetensi dan kapabilitas sumber daya manusia (SDM) di Perseroan. Dengan adanya ProU, setiap insan Prodia diharapkan dapat terus mengembangkan pengetahuan, keahlian, dan kompetensinya agar menjadi individu yang unggul dan berdaya saing tinggi khususnya di bidang layanan kesehatan.

Prodia Corporate University telah dicanangkan sejak tahun 2018 dengan melibatkan sejumlah pakar pengembangan sumber daya manusia, manajemen dan karyawan Perseroan. Adapun hasil dari program Prodia Corporate University 2018 diantaranya pembuatan Quality Manual dan Learning Value Chain (mulai dari pembuatan kurikulum, silabus, course dan modul sampai dengan pembuatan learning impact measurement). Direncanakan, pada tahun 2019 terdapat 5 (lima) program unggulan ProU yaitu Branch Manager Readiness (BM Readiness), Talent Acceleration Program, Prodia Leadership Program (PLP), Immediate Sales Program, dan Customer Service Prodia Way.

Prodia Corporate University atau ProU merupakan inisiatif strategis Prodia untuk menciptakan insan Prodia yang kompeten dan kapabel sebagai World Class Healthcare Provider. ProU diharapkan dapat memperkuat SDM Prodia untuk mencapai pertumbuhan bisnis serta memastikan inisiatif learning yang dilakukan memiliki dampak yang signifikan terhadap bisnis Prodia. Metode pembelajaran di Prodia Corporate University (ProU) didukung oleh sarana teknologi informasi berupa Learning Management System yang tidak hanya melakukan classroom learning, melainkan juga melalui e-Learning. Hal ini perlu dilakukan mengingat Prodia mempunyai ratusan outlet yang tersebar di seluruh

Indonesia. Pada tahun 2019, selain melengkapi sarana pembelajaran, ProU melakukan sertifikasi terhadap Learning Technologist & para Facilitator.

Misi ProU adalah menyediakan program dan sistem pembelajaran sesuai dengan kebutuhan bisnis. ProU dapat dipandang sebagai strategic partner untuk bisa membentuk sumber daya manusia yang highly competent dan high performing teams. Kami terus mendorong insan Prodia untuk mampu mengoptimalkan potensi yang dimilikinya melalui continuous learning di ProU. Kedepannya, Prodia ingin ProU dapat menjadi pusat unggulan pembelajaran yang terpercaya dan terdepan bagi setiap insan bidang health care provider. Kami juga ingin setiap insan di Prodia living a learning culture, selalu belajar, terus mempertahankan semangat dalam memberikan layanan kesehatan yang berkualitas tinggi.

VII. APPLICATION OF OBJECTIVES STRATEGIES

Prodia berupaya untuk meningkatkan pendapatan, memaksimalkan produktivitas dan pengendalian biaya, serta fokus pada keunggulan operasional bisnis inti perusahaan dengan tetap memprioritaskan keamanan, kesehatan, serta keselamatan karyawan dan pelanggan. Prodia memanfaatkan kolaborasi dan digitalisasi sebagai bentuk implementasi pendukung pertumbuhannya dengan cara berikut:

- a. Prodia telah mempercepat penyiapan transformasi digital yang telah menjadi rencana strategis perusahaan sejak beberapa tahun terakhir.
- b. Prodia berinovasi meluncurkan tes baru untuk kepentingan kesehatan pelanggan. PRDA berusaha memastikan proses diagnosa lebih baik melalui pemanfaatan teknologi terbaru dan terus mengikuti perkembangan ilmu laboratorium di dunia, baik pada saat pandemi maupun persiapan kebutuhan di masa pasca pandemi.
- c. Prodia memanfaatkan teknologi guna meningkatkan layanan bagi pelanggan di tengah pandemi Covid-19, terutama dalam merespons kebutuhan pelanggan terhadap pemeriksaan Covid-19
- d. PT Prodia memperkuat digitalisasi dalam menumbuhkan bisnis, seperti memperkuat front end back end, dan integration layer demi mempersiapkan pelayanan ke depan
- e. Prodia mengembangkan advance laboratory di masa pandemi untuk menghadapi the next normal
- f. Prodia menambah alat-alat yang sebagian tidak ada di tempat maupun laboratorium rumah sakitlainnya.

- g. Prodia mempertahankan kinerja mulai dari kualitas layanan di masa pandemi, kinerja operasional dengan standar kualitas Prodia, dan kinerja keuangan
- h. Menghadirkan Prodia Mobile Untuk meningkatkan kemudahan dan aksesibilitas pasien
- i. Melakukan kerja sama dengan Good Doctor Technology Indonesia (Good Doctor) untuk menyediakan layanan telemedis. Dengan melakukan pemeriksaan di Laboratorium Prodia melalui aplikasi Good Doctor dalam GrabHealth
- j. Berkolaborasi dengan GENERALI dengan meluncurkan layanan inovatif Digital Medical Check Up sehingga pasien dapat melakukan medical checkup sesuai dengan keinginan waktu dan pilihan lokasi laboratorium

VIII. EVALUATION OF FIRMS STRATEGIES

Dengan ketatnya berbagai kepentingan kesehatan prodia perlu memikirkan cara bagaimana agar selalu konsisten dalam memberikan layanan terbaiknya. Hal ini meliputi mutu kualitas hasil, memiliki prosedur, mulai dari segi alat dan metode yang digunakan harus dijamin kualitasnya.

Perlu disediakan kuesioner untuk mendapat saran dan masukan yang didukung dengan Customer Relationship Management sehingga bisa ditindak lanjuti. Ide-ide terkait digitalisasi sebetulnya masukan dari para pelanggan termasuk kebutuhan saat pandemi. Call center sebagai Customer Relationship perlu ditingkatkan responsibilitas dan kemudahannya.

Daftar Referensi

Annual Reports 2016 <https://prodia.co.id/id/hubungan-investor/laporan-tahunan>
Diakses pada 06 Mei 2022

Annual Reports 2017 <https://prodia.co.id/id/hubungan-investor/laporan-tahunan>
Diakses pada 07 Mei 2022

Annual Reports 2021 <https://prodia.co.id/id/hubungan-investor/laporan-tahunan>
Diakses pada 07 Mei 2022

PT Prodia Widyahusada, Tbk. Annualreport.Id
<http://Annualreport.Id/Perusahaan/Pt%20prodia%20widyahusada,%20tbk> Diakses pada
06 Mei 2022

Prodia Widyahusada Tbk PT (PRDA). Investing.com
<https://id.investing.com/equities/prodia-widyahusada-tbk-pt> Diakses pada 06 Mei 2022

Tentang Prodia: Centre of Excellence. Prodia.co.id <https://prodia.co.id/id/tentang-prodia/centre-of-excellence> Diakses pada 06 Mei 2022

Tentang Prodia: Kebijakan Mutu. Prodia.co.id <https://prodia.co.id/id/tentang-prodia/kebijakan-mutu> Diakses pada 06 Mei 2022

Tentang Prodia: Sumber Daya Manusia.
<https://prodia.co.id/id/content/viewcontentsdetails/dorong-pengembangan-kompetensi-sumber-daya-wr2q1/67> Diakses pada 10 Mei 2022