

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	VIII
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	IX
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	XI
<b>1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 <i>Problem Statment</i> .....	6
1.3 Peluang Bisnis .....	10
1.4 Definisi Bisnis.....	13
1.4.1 Rumah Sakit Tipe D.....	14
<b>2 ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS</b> .....	19
2.1 Kerangka Kerja ( <i>Framework</i> ) .....	17
2.1.1 Analisis Pasar Sasaran.....	17
2.1.1.1 Data Jumlah Pasien .....	18
2.1.1.2 Data Jumlah Rumah Sakit .....	20
2.1.1.3 Sistem Penyelenggaraan BPJS .....	20
2.2.2 Segmen Pasar .....	20
2.2.2.1 Segmentasi Geografis .....	21
2.2.2.2 Segmentasi Berdasar Demografis .....	21
2.2.2.3 Segmnetasi Psikografis .....	22
2.2.3 Ruang Lingkup Pasar .....	22
2.2.4 Segmentasi Pasar Berdasar Kebutuhan .....	23
2.2.5 Kesetiaan Pelanggan .....	24
2.2.6 Analisis Industri Kesehatan .....	25
2.2.7 Industri Kesehatan Indonesia .....	27
2.3 Analisa Lingkungan Berdasarkan Porter .....	27
2.3.1 Kekuatan Pesaing.....	27
2.3.2 Persaingan Antar Rumah Sakit.....	28
2.3.3 Ancaman Pesaing Baru.....	29
2.3.4 Tekanan Tawar Menawar Dari Pemasok .....	30
2.3.5 Tekanan Dari Produk Pengganti .....	31
2.4 Analisa Lingkungan Eksternal PEST....	31
2.4.1 Analisa Politik .....	31
2.4.2 Analisa Ekonomi .....	38
2.4.3 Analisis Sosial .....	40
2.4.4 Analisa Ekologi.....	43
2.4.5 Analisa Teknologi.....	46
2.5 Skenario <i>Planning</i> Bisnis Perusahaan .....	48
2.5.1 Identifikasi Dampak Tinggi.....	48
2.5.2 Menggabungkan Skenario Alternatif .....	50

2.5.3	Deskripsi Skenario Rumah Sakit Tipe D Khusus Kemoterapi .....	50
2.6	<i>Opportunity</i> (Peluang) .....	51
2.7	<i>Threat</i> (Ancaman).....	53
<b>3</b>	<b>STRATEGI PERUSAHAAN .....</b>	<b>56</b>
3.1	Kerangka Kerja ( <i>Framework</i> ) .....	56
3.2	Profil Rs Abhipraya.....	57
3.3	Filosofi Logo Perusahaan.....	57
3.4	Visi dan Misi.....	58
	3.4.1 Visi Rumah Sakit Abhipraya.....	58
	3.4.2 Misi Rumah Sakit Abhipraya.....	58
3.5	Kekuatan Bisnis .....	59
3.6	Kelemahan Bisnis.....	61
3.7	Tujuan Perusahaan .....	63
3.8	Target Customer .....	64
3.9	Formulasi Strategik .....	64
3.10	Tahap I <i>Input Stage</i> .....	66
3.11	Tahap II <i>Matching Stage</i> .....	70
3.12	Tahap III <i>Decision Stage</i> .....	78
<b>4</b>	<b>MODEL BISNIS PERUSAHAAN .....</b>	<b>80</b>
4.1	Analisa Model Bisnis <i>Kanvas</i> .....	81
4.2	<i>Customer Segment</i> .....	82
4.3	<i>Value Propositions</i> (Nilai) .....	82
4.4	<i>Channel</i> .....	82
4.5	<i>Customer Relationship</i> (Hubungan Pelanggan) .....	83
4.6	<i>Key Resources</i> (Sumber Pengelolaan) .....	83
4.7	<i>Key Activities</i> (Kegiatan) .....	83
4.8	<i>Key Partnership</i> .....	83
4.9	<i>Cost Struktire</i> (Struktur Pembiayaan) .....	84
<b>5</b>	<b>PEMASARAN .....</b>	<b>85</b>
5.1	Perencanaan Pemasaran ( <i>Marketing Plan</i> ).....	85
5.2	Analisis Situasi.....	86
	5.2.1.1 Pertumbuhan Pasar.....	87
	5.2.2 Lingkungan Pemasaran.....	88
5.3	Tujuan Pemasaran ( <i>Market Objective</i> ) .....	89
	5.3.1 Tujuan Jangka Panjang (10 Tahun) .....	92
	5.3.2 Tujuan Jangka Menengah (5 Tahun) .....	92
	5.3.3 Tujuan Jangka Pendek (3 Tahun) .....	93
5.4	Kerangka Kerja( <i>Framework</i> ) .....	93
5.5	Segmentasi Pasar ( <i>Market Segmentation</i> ) .....	94
	5.5.1 Segmentasi Geografis .....	94
	5.5.2 Segmentasi Demografis .....	95
5.6	Sasaran Target ( <i>Targeting</i> ).....	96
5.7	<i>Positioning</i> .....	97
	5.7.1 <i>Differentiation</i> .....	99

5.8	Bauran Pemasaran B2C ( <i>B2C Marketing Mix</i> ) .....	99
5.8.1	<i>Experience</i> (Service) / Pelayanan.....	101
5.8.2	<i>Common Interest</i> (Price) / Tarif Pelayanan.....	102
5.8.3	<i>Networking</i> (Place)/Lokasi Pelayanan.....	104
5.8.4	<i>Interaction</i> ( <i>Promotion</i> )/Promosi.....	104
5.8.5	<i>People</i> (Personil).....	110
5.8.6	Fasilitas Fisik.....	111
5.8.7	Proses.....	112
5.9	<i>Business to Business</i> (B2B).....	112
5.10	CRM ( <i>Customer Relationship Management</i> ).....	113
5.10.1	MemperolehPelanggan ( <i>Acquire</i> ).....	115
5.10.2	Mengelola ( <i>Enhance</i> ).....	120
5.10.3	Mempertahankan ( <i>Retain</i> ).....	121
5.11	<i>Brand</i> .....	122
5.11.1	Nama Perusahaan.....	122
5.11.2	Nama Rumah Sakit Dengan Unggulan dan Tindakan Dan Pengobatan Kemoterapi.....	122
5.12	<i>Marketing Plan</i> .....	122
5.12.1	Visi ( <i>Corporate objectives</i> ).....	123
5.12.2	Misi.....	123
5.12.3	Analisis SWOT.....	123
5.12.3.1	Kekuatan Bisnis.....	124
5.12.3.2	Kelemahan Bisnis.....	124
5.12.3.3	<i>Opportunity</i> /Peluang.....	124
5.12.3.4	<i>Threat</i> /Ancaman.....	126
5.12.4	<i>Marketing Assumptions</i> (Proyeksi Penjualan).....	127
5.12.5	<i>Competitive Market</i> .....	129
5.12.6	Analisis Peluang pada Sekenario Bisnis .....	130
5.12.7	<i>Created Alternated Plan</i> .....	131
5.12.8	<i>Detailed Action Plan</i> .....	131
5.12.9	<i>Marketing Timeline</i> .....	132
5.11.9.1	Rencana Marketing Tahunan.....	133
5.12.10	<i>Marketing Budget</i> .....	137
5.13	<i>Sales Blueprint</i> .....	141
5.14	Resiko Pemasaran .....	143
<b>6</b>	<b>OPERASIONAL</b> .....	146
6.1	Kerangka Kerja .....	146
6.2	Pra Operasional.....	146
6.2.1	Perencanaan dan Persiapan Pendirian Usaha.....	146
6.2.2	Akta Pendirian Perusahaan.....	147
6.2.3	Pengajuan Nama Perseroan Terbatas.....	147
6.2.4	Surat Keputusan Pengesahan Akta Pendirian Perusahaan	148
6.2.5	Surat Keterangan Domisili Perusahaan.....	148
6.2.6	NPWP Perusahaan.....	149
6.2.7	Perijinan Rumah Sakit.....	149
6.2.8	Perijinan Bangunan Rumah Sakit.....	150
6.2.9	Persyaratan Ijin Operasional Rumah Sakit.....	151

6.2.10	Undang-Undang Gangguan.....	151
6.2.11	Perijinan Limbah.....	151
6.2.12	Perijinan Tenaga Kerja.....	153
6.3	Persiapan Kerjasama Dengan BPJS.....	154
6.3.1	Legalitas.....	154
6.3.2	Sumber Daya Manusia.....	154
6.3.3	Fasilitas.....	155
6.3.4	Standarisasi Pelayanan Rumah Sakit.....	156
6.3.5	Pemasaran.....	158
6.3.6	Tarif.....	158
6.3.7	Sistem Integrasi Manajeme RS.....	158
6.3.8	Akreditasi RS.....	158
6.4	Investasi Awal RS.....	159
6.5	Operasional.....	159
6.5.1	<i>Define</i> .....	159
6.5.1.1	SIPOC.....	161
6.5.1.2	Value Stream Mapping Alur Pelayanan Rumah Sakit BP.....	163
6.5.2	<i>Measure</i> .....	163
6.5.2.1	Value Stream.....	164
6.5.2.2	Manajemen Farmasi di RS Abhipraya.....	165
6.5.2.3	Pencampuran Obat Kemoterapi.....	167
6.5.2.4	Jenis ruangan Pencampuran Obat.....	167
6.5.2.5	Alat Pelindung Diri.....	168
6.5.2.6	Penyimpanan Obat.....	169
6.5.2.7	Distribusi Obat.....	169
6.5.2.8	Pemberian Obat.....	169
6.5.2.9	Penanganan Limbah Kemoterapi.....	170
6.5.2.10	Penanganan Tumpahan Kemoterapi.....	170
6.5.2.11	Penanganan Ekstravasasi.....	170
6.5.2.12	Pemantauan VIPS.....	171
6.5.2.13	Indikator Mutu Pelayanan Farmasi.....	171
6.5.3	<i>Analisa</i> .....	172
6.5.3.1	<i>Value Add</i> .....	175
6.5.4	<i>Improve</i> .....	175
6.5.4.1	<i>Patient Safety</i> .....	175
6.5.5	<i>Control</i> .....	176
6.6	Kapasitas RS Abhipraya.....	177
6.6.1	Tata Letak.....	177
6.6.2	Luas Dan Ukuran.....	178
6.6.3	Denah.....	178
6.6.4	Perencanaan Tata Letak.....	179
6.6.5	Lantai Dasar.....	179
6.6.6	Lantai Dua.....	181
<b>7</b>	<b>PERENCANAAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA .....</b>	<b>182</b>
7.1	<i>Framework</i> .....	182

7.2	Strategi Perusahaan.....	183
7.3	<i>Skill</i> .....	184
7.4	<i>Shared Value</i> .....	189
7.5	Kepemimpinan.....	191
7.6	Pengelolaan Sumber Daya Manusia.....	192
7.7	Struktur Organisasi.....	210
7.8	<i>System</i> .....	212
<b>8</b>	<b>PERENCANAAN KEUANGAN .....</b>	<b>229</b>
8.1	<i>Framework</i> .....	230
8.1.1	<i>Cappital Budgeting</i> .....	231
8.1.2	Tujuan Strategi Keuangan.....	232
8.1.3	Sasaran Strategi Keuangan.....	232
8.2	Perencanaan Elamen Keuangan.....	233
8.2.1	PerencanaanPendapatan ( <i>Planing of Revenue</i> ).....	233
8.2.1.1	Perencanaan Volume Penjualan.....	235
8.2.1.2	Perencanaan Harga Penjualan.....	235
8.2.1.3	Target dan Rencana Penjualan.....	237
8.2.1.4	Proyeksi Pendapatan Penjualan.....	238
8.2.2	Perencanaan Biaya atau Beban ( <i>Planning Of Cost/ Ekspanses</i> ) .....	239
8.2.2.1	Biaya Penjualan ( <i>Cost Of Sales</i> ).....	239
8.2.2.2	Beban Pemasaran( <i>Marketing Expance</i> ).....	240
8.2.2.3	Biaya Admistrasi dan Umum.....	240
8.2.2.4	Beban Perpajakan.....	241
8.2.3	Perencanaan Investasi.....	242
8.2.3.1	Biaya Pra Investasi.....	243
8.2.3.2	Tahapan Operasi.....	243
8.2.4	Perencanaan Kebutuhan Modal.....	244
8.2.5	Perencanaan Pembiayaan.....	245
8.3	Proyeksi Laporan Laba Rugi.....	245
8.4	Proyeksi Neraca ( <i>Balance Sheet</i> ).....	247
8.5	Proyeksi Laporan Arus Kas( <i>Statement Of Cash Flow</i> ).....	248
8.6	Analisis Kelayakan Investasi.....	248
8.7	Analisis Kinerja Keuangan ( <i>Financial Performance Analysis</i> ).....	251
8.7.1	<i>Asset Turnover Ratio</i> .....	251
8.7.2.	<i>Return on Investment Ratio</i> .....	252
8.7.4	Net Profit Margin Ratio.....	254

8.8	Pertumbuhan Ekuitas.....	254
8.9	Manajemen Risiko Keuangan dan Modal.....	254
8.9.1	Manajemen Risiko Keuangan.....	254
8.9.2	Tujuan dan Kebijakan Manajemen Risiko Keuangan.....	255

## **DAFTAR PUSTAKA**