

## ***ABSTRACT***

Dewasa ini dengan berbagai macam pola hidup masyarakat yang beragam menjadi akar dari peningkatan kasus penderita diabetes di seluruh dunia khususnya di Indonesia dan di beberapa kota besar lainnya yang ada di Indonesia menjadi akar dari peningkatan jumlah kasus DM setiap harinya. Hingga saat ini masih banyak masyarakat yang belum melakukan pemantauan gula darah secara rutin. Sangat disayangkan pengecekan gula darah masih terbatas ditambah dengan stigma dari masyarakat perkotaan yang berpendapat bahwa pemeriksaan diabetes tidak begitu penting di usia produktif. PT Delka Diabetes Solusindo merupakan perusahaan yang melakukan inovasi dengan pembuatan klinik diabetes yang terintegrasi dengan aplikasi dimana aplikasi ini dapat juga memantau kadar gula darah secara rutin, melakukan reservasi, melihat informasi seputar diabetes, dan fitur modern lainnya. Sebagai salah satu perusahaan *startup* PT Delka Diabetes Solusindo menciptakan klinik Delka yang terintegrasi dengan aplikasi, dimana aplikasi ini dapat memantau gula darah secara langsung, melakukan reservasi untuk kunjungan ke dokter dan terdapat informasi lainnya yang bersifat informatif bagi para penderita Diabetes.

**EXECUTIVE SUMMARY**  
**PROYEK PERENCANAAN BISNIS**  
**ONE STOP SERVICE DIABETES CARE**

## **I. PENDAHULUAN**

Penderita Diabetes Melitus (DM) selalu meningkat jumlahnya setiap tahun sehingga kondisi ini menjadi ancaman global yang sangat mengkhawatirkan. *International Diabetes Federation* (IDF) menyatakan terdapat lebih dari setengah miliar penderita DM tersebar di seluruh dunia atau dengan kata lain satu orang dari 10 orang dewasa, menderita DM. Penderita DM diprediksi akan terus meningkat dan diperkirakan pada tahun 2030 penderita DM berjumlah 643 juta dan pada tahun 2045 akan mencapai 783 juta penderita DM.

Berdasarkan data jumlah penderita DM di Indonesia maupun di Jakarta yang meningkat tidak sebanding dengan jumlah fasilitas pelayanan DM di Indonesia maupun di Jakarta. Fasilitas pelayanan DM di Indonesia saat ini hanya terdapat di kota-kota besar di pulau Sumatera, Jawa dan Bali sementara kasus DM sudah menyebar di seluruh Indonesia sehingga hal ini menjadi hambatan penderita DM untuk hidup berkualitas dan tetap produktif.

Keadaan ini menjadi peluang dan pertimbangan kami untuk membuat suatu klinik DM. Klinik Delka menerapkan Aplikasi *Lean Artificial Intelligence* (AI) yang terintegrasi serta menggunakan peralatan dan teknologi yang mutakhir menjadi diferensiasi klinik kami jika dibandingkan klinik lain. Aplikasi *Lean AI* yang terintegrasi memberikan keuntungan khususnya dalam efisiensi waktu dan kenyamanan seperti penderita DM dapat melakukan pendaftaran dimana saja dan langsung terjadwal untuk konsultasi serta pemeriksaan gula darah tanpa rasa sakit, hasil yang *real time* dan akurat.

## **II. EXTERNAL FACTOR EVALUATION**

Klinik Delka menggunakan analisa faktor eksternal untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang serta menghindari ancaman yang ada di pasar. Melalui berbagai metode seperti *Porter's Five Forces* dan *PEST* (Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi), maka Klinik Delka dapat memahami lingkungan eksternal yang mempengaruhi strategi bisnis.

Analisis *Porter's Five Forces* membantu memahami potensi keuntungan dan daya tarik pasar dengan mengukur lima kekuatan persaingan utama yaitu *Threat of New Entrants*, *Bargaining Power of Supplier*, *Bargaining Power of Buyer*, *Threat of*

*Substitute* dan *Competitive Rivalry*. Hasil analisis menunjukkan bahwa industri klinik diabetes berada dalam persaingan yang sedang atau medium dengan skor rata-rata 1,97.

Analisis PEST mengidentifikasi faktor-faktor politik, ekonomi, sosial, dan teknologi yang dapat mempengaruhi Klinik Delka. Faktor politik menunjukkan pemerintah memberikan dukungan melalui peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 9 Tahun 2014 tentang Klinik. Peraturan ini memungkinkan pendirian klinik kesehatan di berbagai tempat, termasuk rumah toko, rumah kantor, dan bahkan rumah. Peraturan ini juga mendorong penggunaan teknologi dalam perawatan kesehatan. Ini berarti bahwa bisnis dapat menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasi namun adanya wacana kenaikan PPN juga menjadi salah satu ancaman. Pengenaan PPN atas jasa kesehatan ini dapat menjadi ancaman bagi bisnis klinik kesehatan, karena dapat meningkatkan biaya operasional klinik kesehatan. Kemudian dari faktor ekonomi, Jakarta merupakan yang tertinggi dengan pengeluaran kesehatan per kapita Rp. 73.191 per bulan, namun disisi lain perekonomian Indonesia rentan terhadap fluktuasi dan ketidakpastian, yang dapat berdampak pada pola belanja kesehatan konsumen. Faktor sosial menunjukkan bahwa adanya peningkatan penderita DM di Indonesia, namun disisi lain klinik diabetes belum di kenal oleh masyarakat dan kurangnya kesadaran serta pemahaman yang memadai mengenai DM di masyarakat. Faktor teknologi menunjukkan bahwa adanya penggunaan *cloud computing* dan teknologi AI, namun ancaman keamanan data dan juga kecepatan internet di Indonesia yang masih belum stabil menjadi tantangan tersendiri.

### **III. INTERNAL FACTOR EVALUATION**

Faktor internal merupakan poin penting dalam menentukan strategi bisnis Klinik Delka. Untuk menjalankan suatu aktivitas operasional, sebuah perusahaan membutuhkan sumber daya (*Resource*), sedangkan kemampuan perusahaan yang memiliki perbedaan dengan perusahaan lain dapat dilihat dari kapabilitas (*Capability*). Klinik Delka telah menentukan beberapa *resources* yaitu *human resources*, penyediaan layanan *catering*, lokasi, *home visit*, *brand reputation*, pendanaan awal. Sedangkan untuk *capability* yaitu layanan unggulan, *delivery service*, *sales & marketing*, *distribution network*.

Setelah memberikan penilaian *resources* dan *capabilities* maka Klinik Delka melakukan analisa VRIO yaitu *Valuable* (bernilai), *Rare* (Langka), *Inimitable* (Tidak dapat ditiru) dan *Organize* (Dapat di eksploitasi oleh perusahaan). Analisa ini dilakukan untuk mengetahui sumber daya dan kemampuan internal yang dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif (*Competitive Advantage*). Klinik Delka juga sudah menentukan penilaian *relative strenght* dan *importance level* dari setiap faktor internal yang ada.

Dari analisa IFE mengenai faktor - faktor internal perusahaan dari faktor sumber daya dan kemampuan perusahaan, dapat diuraikan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Berikut yang menjadi kekuatan adalah Lokasinya strategis, menerapkan strategi *sales & marketing* secara *online* dan *offline*, memberikan respon cepat dan prima ketika terjadi kondisi *emergency* pada pasien, SDM yang profesional, pelayanan *home visit* dilayani oleh tenaga medis yang profesional, *monitoring* pola makan, melakukan pengaturan menu dan pengiriman *catering*.. Kemudian yang menjadi kelemahan adalah membutuhkan dana yang besar dari pihak investor, pengenalan *brand* karena klinik baru, jarak pengiriman layanan yang masih terbatas dan kendaraan operasional masih terbatas.

#### ***IV. STRATEGIC PLAN***

Dalam mencapai tujuan perusahaan, Klinik Delka perlu menentukan tujuan dari perusahaan yang mudah dipahami dan dicapai, tujuan tersebut harus mempunyai target waktu tertentu.. Oleh karena itu Klinik Delka menetapkan tujuan jangka pendek, menengah dan panjang baik dalam *Marketing, operational, Human Capital, Finance* serta manajemen risiko.

Dalam tahap *input stage*, terdapat analisa faktor eksternal (EFE), analisa faktor internal (IFE) dan *competitive profile matrix* (CPM) dengan menentukan *rating* dan skor. Dari hasil perhitungan ketiga matrix tersebut dapat membantu Klinik Delka dalam membuat atau menentukan strategi yang lebih efektif.

Dari perhitungan matrix CPM maka Klinik Delka akan mengetahui kelemahan dan kelebihan jika dibandingkan dengan kompetitornya. Selanjutnya berdasarkan matrix CPM, Klinik Delka menggunakan *Strategic Group Model*, dalam persaingan antara Klinik Delka, Diabetes *Corner RSCM*, Rumat, Klinik Diabetes Nusantara, terdapat faktor penghambat yang disebut *mobility barrier*, Klinik Delka memiliki keunggulan dalam hal paket layanan yang lebih lengkap dan adanya pilihan dokter spesialis jika dibandingkan dengan pesaing lainnya yang hanya memiliki dokter umum saja, sehingga dapat menarik minat konsumen.

Pada tahap analisa SWOT berdasarkan peluang dan ancaman serta kelebihan dan kekurangan yang sudah di bab pada bab 2 dan bab 3, maka Klinik Delka membuat beberapa strategi alternatif yang dapat diimplementasikan ke dalam bisnis. Pada tahap ini Klinik Delka mendapatkan strategi untuk meningkatkan pelayanan dengan pembuatan aplikasi berbasis AI yang terintegrasi dengan sistem klinik dan alat pemantauan gula darah, menjalin kerjasama dengan *stakeholder* terkait, memberikan pelayanan yang optimal dari sisi *homevisit* dan *claim* asuransi, merekrut SDM yang kompeten dalam bidang DM, dan terus melakukan *update* terhadap aturan aturan yang berlaku.

Pada tahap perhitungan matrix Internal – External (IE), Klinik Delka masuk dalam sel I yaitu *grow and build*. Setelah mengetahui Klinik Delka masuk dalam sel I maka melalui tahap *decision stage*, Klinik Delka melakukan perhitungan pada matrix *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QPSM) dan Klinik Delka memilih strategi pengembangan aplikasi *Lean AI*.

Setelah melakukan analisis *porter competitive force*, SWOT matrix dan *competitive advantage*, maka strategi yang dipilih adalah *differentiation focus* karena menghasilkan produk dan jasa yang dianggap unik dan spesifik diarahkan kepada konsumen yang tidak sensitif terhadap harga.

## **V. MARKETING PLAN**

*Marketing Plan* digunakan untuk menjalankan pemasaran di Klinik Delka sehingga visi misi yang dibuat dapat tercapai. *Marketing Plan* Klinik Delka dimulai dengan menentukan tujuan dan sasaran pemasaran, menetapkan strategi STP, *Marketing Mix* (4P), *Sales* dan *Proyeksi Revenue Stream*.

Tujuan dan sasaran *marketing plan* terdiri dari tujuan jangka pendek, jangka menengah dan jangka Panjang. Tujuan menjelaskan tentang target yang ingin dicapai dan sasaran adalah cara bagaimana mewujudkan tujuan tersebut. Strategi pemasaran yang dilakukan melalui STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*). Segmentasi adalah proses membagi pasar yang luas dan heterogen menjadi beberapa kelompok atau segmen yang lebih kecil dan homogen, berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap relevan oleh perusahaan. Tujuan utama dari segmentasi pasar adalah untuk mengenali dan memahami kebutuhan serta preferensi konsumen dalam setiap segmen, sehingga perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Pengelompokan ini dilakukan berdasarkan strategi yang terdapat pada *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) di Bab 4 sub bab 4.5 yaitu adalah pengembangan aplikasi *Lean AI* dan *Lean Business Canvas Model* Sub Bab 4.7 pada target segmen yaitu penderita DM kalangan atas, dengan target kategori usia yaitu usia 40 sampai 49 tahun.

*Marketing Mix* menggunakan 4P (*Product, Price, Place dan Promotion*). Produk layanan yang diberikan adalah paket Delka 1, Delka 2 dan Delka 3. Harga pemeriksaan yang ditawarkan untuk paket Delka 1 sebesar Rp. 6.500.000, Paket Delka 2 sebesar Rp. 8.000.000, dan Paket Delka 3 sebesar Rp. 9.250.000. Klinik Delka memiliki 1 Klinik Utama yang berlokasi di Jakarta Pusat dan 2 cabang yang berlokasi di Jakarta Barat dan Jakarta Timur. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Klinik menggunakan strategi *marketing* baik melalui *online* yaitu menggunakan *social media* seperti *instagram, facebook, tiktok* dan juga *offline* yaitu program

konsultasi dan edukasi serta membuat acara kesehatan bersama.

Klinik Delka pada jangka pendek memiliki 9 (sembilan) orang *sales & marketing specialist*, 1 (satu) *specialist digital marketing & design* grafis, 1 (satu) manajer pemasaran, kemudian pada jangka menengah menambah 9 (sembilan) *sales & marketing specialist*, 1 (satu) *specialist digital marketing & design* grafis. Sehingga dapat melaksanakan aktivitas pemasaran dan penjualan untuk mencapai target penjualan. Proyeksi kebutuhan *marketing* adalah persiapan dan estimasi biaya yang diperlukan untuk mengelola dan mengimplementasikan kegiatan *marketing*. Hal ini termasuk biaya untuk riset pasar, Pembuatan *Website*, *Company Profile*, *Brochure*, dan *Aplikasi Delka*, Transportasi *Sales & Marketing*, Komisi *Sales & Marketing*, *SEM & Google Ads*, Biaya Pameran, *Event*, *Entertainment*, *Seminar & training*, *Social Media Marketing*, *Customer Satisfaction Survey*, dan *WhatsApp Blast*. Proyeksi *Revenue Stream* Klinik Delka diperoleh dari penjualan paket yang dimiliki oleh Klinik Delka. Berikut adalah proyeksi *revenue stream* tahun pertama dengan total Rp 36.634.500.000, tahun kedua dengan total 53.734.500.000, tahun ketiga dengan total 90.049.500.000, tahun ke empat dengan total 102.459.750.000, tahun kelima dengan total 124.249.500.000.

## **VI. OPERATIONAL PLAN**

Perencanaan Operasional Klinik Delka membentuk Perseroan terbatas (PT) dengan nama PT Delka Diabetes Solusindo. Pengurusan pendirian dan perizinan dibantu dengan menggunakan jasa konsultan. Pendirian persyaratan dan ketentuan mengikuti peraturan yang berlaku pada undang – undang. Langkah pertama dalam membangun klinik adalah mendapatkan ijin usaha, ijin dikeluarkan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) setempat, dapat di akses melalui sistem *Online Single Submission* (OSS). Setelah ijin usaha di terbitkan langkah selanjutnya adalah mengurus perijinan klinik dan perijinan operasional yang di keluarkan oleh dinas kesehatan setempat sesuai dengan PERMENKES No. 9 tahun 2014, dengan diterbitkannya ijin operasional maka klinik sudah dapat beroperasi dan melakukan pelayanan.

Modal untuk mendirikan PT Delka Diabetes Solusindo adalah Rp 17.800.000.000 (Tujuh belas milyar delapan ratus juta rupiah) yang diperoleh dari pendiri PT Delka Diabetes Solusindo sebesar 70% dan investor sebesar 30%. Klinik Delka akan dibangun di menteng jakarta pusat sebagai kantor pusat dan klinik utama dan 2 cabang yang berlokasi di jakarta barat dan jakarta timur.

Tujuan operasional Klinik Delka diperoleh berdasarkan strategi pra operasional, jangka pendek, jangka menengah dan strategi jangka panjang. Dengan sasaran operasional diperoleh berdasarkan pengembangan pasar indikator bisnis strategi.

Klinik Delka menggunakan penerapan sistem operasional layanan *service Lean Consumption Mapping (LCM)* kepada Pasien. Untuk melakukan Analisa pengembangan layanan pasien. Sehingga menjadikan proses layanan tepat jumlah waktu, efisien waktu, dan berkualitas.

Klinik Delka memberikan pelayanan 6 hari dalam satu minggu yang dibagi menjadi 3 shift (karyawan medis) yaitu Shift 1 pukul 08.00 – 15.00, Shift 2 pukul 15.00 – 22.00, Shift 3 pukul 22.00-08.00 untuk kondisi emergency dan dilayani oleh tim reaksi cepat. Klinik Delka melakukan kerja sama operasional dengan berbagai instansi antara lain kerjasama dengan catering, dan kerjasama dengan perusahaan swasta untuk penyediaan alat kesehatan. Kerjasama antara kedua belah pihak dituangkan di dalam *Memorandum of Understanding (MOU)* yang disetujui bersama.

Manajemen rantai pasok melibatkan koordinasi dengan berbagai pihak termasuk pemasok, distributor untuk memastikan ketersediaan dan kelancaran di dalam pengadaan bahan baku dan sarana prasarana tersedia dengan jumlah yang cukup dan tepat waktu. Selain itu dengan melakukan perencanaan yang baik, Klinik Delka dapat memastikan ketersediaan barang yang diperlukan dan berjalannya aplikasi dengan baik. Kemudian untuk memastikan konsistensi mutu produk atau jasa Klinik Delka berpedoman pada ISO 9001:2015 penerapannya antara lain dengan menetapkan Standar Operasional Prosedur dan sistem operasi sebagai acuan bekerja untuk memastikan setiap proses operasional klinik berjalan lancar dan efisien.

## **VII. HUMAN CAPITAL PLAN**

Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan, PT Delka Diabetes Solusindo melakukan perencanaan Sumber Daya Manusia, karena SDM merupakan bagian terpenting dan merupakan aset perusahaan yang harus dipertahankan.

PT Delka Diabetes Solusindo sebagai perusahaan baru, maka perencanaan SDM terfokus kepada berapa banyak SDM yang dibutuhkan serta merancang strategi pencarian SDM secara tepat dan efektif untuk mendapatkan SDM yang profesional serta berkompeten Perencanaan SDM juga dibutuhkan untuk menghitung kebutuhan SDM ketika PT Delka Diabetes Solusindo akan membuka klinik baru di masa yang akan datang.

Tujuan *human capital* PT Delka Diabetes Solusindo mempunyai 3 tahap tujuan yaitu tujuan jangka pendek, tujuan jangka menengah dan tujuan jangka panjang, yang masing-masing tujuan memiliki sasaran yang mendukung tercapainya visi dan misi perusahaan. Di setiap tahapan, dilakukan pelatihan pengembangan untuk menambah kompetensi serta evaluasi kinerja.

Budaya perusahaan merupakan hal utama bagi PT Delka Diabetes Solusindo karena merupakan nilai yang harus dijunjung tinggi oleh perusahaan dan merupakan panduan dalam pengambilan keputusan, berinteraksi dan perilaku sehari-hari didalam bekerja. Budaya PT Delka Diabetes Solusindo dapat dilihat dari logo maupun seragam (*artefact*), serta melalui perilaku yaitu komitmen, integritas, inovasi, profesional dan etika (*value* dan asumsi).

Struktur organisasi PT Delka Diabetes Solusindo merupakan struktur organisasi fungsional yang dibuat fungsi masing-masing karyawan untuk mencapai visi dan misi perusahaan. Sebagai suatu perusahaan terbatas, maka terdapat komisaris, *chief executive officer*, *chief officer* dan staf. Pimpinan Klinik Delka berada dibawah *chief operational officer* dan membawahi staf medis dan staf non medis.

Status karyawan PT Delka Diabetes Solusindo sesuai UU no. 6 tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang dibagi menjadi 3 yaitu Karyawan Perjanjian Kerja Waktu Tidak Tertentu (PKWTT), Karyawan Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (PKWT) dan Karyawan outsourcing.

Sistem kompensasi PT Delka Diabetes Solusindo terdiri dari kompensasi langsung (gaji pokok) dan tunjangan (THR, *fee for service*, insentif, lembur) serta Kompensasi tidak langsung (BPJS Ketenagakerjaan, BPJS Kesehatan dan cuti). UMP DKI Jakarta 2024 menjadi dasar pemberian gaji pokok. Khusus untuk dokter spesialis penyakit dalam sub spesialis endokrin mendapatkan gaji pokok dan *fee for service* yang paling tinggi diantara dokter spesialis lainnya, dikarenakan dokter spesialis penyakit dalam sub spesialis endokrin merupakan keunggulan dari Klinik Delka serta jumlahnya yang sedikit di Indonesia sehingga diharapkan akan membuat dokter spesialis penyakit dalam sub spesialis endokrin tertarik untuk bekerja sama dengan Klinik Delka

### ***VIII. FINANCIAL PLAN***

Menguraikan struktur komprehensif perencanaan keuangan yang diterapkan oleh PT Delka Diabetes Solusindo. Framework perencanaan keuangan ini dirancang untuk mendukung pencapaian tujuan jangka panjang klinik melalui implementasi strategi finansial yang efektif dan berkelanjutan.

**Tujuan dan Sasaran Keuangan:** Perencanaan ini meliputi pengembangan tujuan keuangan yang jelas dan terukur, yang mencakup pengamanan pendanaan, realisasi anggaran, dan penyusunan laporan keuangan yang akurat. Sasaran keuangan klinik mencakup mengamankan modal awal, mencapai target pendapatan, dan mengefisiensikan penggunaan anggaran.

**Elemen Perencanaan Keuangan:** Klinik Delka mengelola biaya operasional, pemasaran, sumber daya manusia, dan manajemen risiko, sambil mempersiapkan untuk investasi strategis yang melibatkan teknologi dan infrastruktur untuk memperkuat posisi klinik di industri manajemen diabetes.

**Proyeksi Keuangan:** Laporan ini mencakup proyeksi laba rugi, neraca keuangan, dan arus kas, yang masing-masing memberikan pandangan terhadap kinerja finansial masa depan klinik berdasarkan asumsi yang telah ditetapkan. Proyeksi ini sangat penting untuk navigasi strategis dan menarik investasi serta stakeholder.

**Analisa Kelayakan Investasi:** Analisis ini menggunakan metrik seperti ROI, NPV, Payback Period, dan IRR untuk menilai potensi keuntungan dari investasi yang direncanakan. Hasil analisis menunjukkan bahwa investasi tersebut diharapkan akan memberikan pengembalian yang signifikan, menunjukkan kelayakan proyek investasi yang diusulkan.

**Analisa Kinerja Keuangan:** Evaluasi kinerja keuangan menggunakan rasio keuangan yang mencakup likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas untuk memantau dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya keuangan. Klinik menunjukkan peningkatan kinerja keuangan yang kuat seiring waktu, yang menandakan pengelolaan keuangan yang efektif dan kapabilitas untuk memenuhi kewajiban serta mengembangkan operasi.

Secara keseluruhan, BAB VIII ini menjabarkan fondasi yang kuat untuk perencanaan keuangan yang diintegrasikan dengan strategi bisnis klinik, dengan fokus pada pertumbuhan berkelanjutan dan peningkatan layanan pasien di masa depan.

## ***IX. RISK MANAGEMNT***

Mendetailkan kerangka kerja dan pendekatan komprehensif yang diadopsi oleh PT Delka Diabetes Solusindo dalam mengelola risiko yang terkait dengan operasional klinik. Fokus utama dari manajemen risiko ini adalah untuk memastikan keberlangsungan operasional klinik dengan mengelola risiko secara efektif dan efisien, serta memastikan kepatuhan pada regulasi yang berlaku.

**Tujuan dan Sasaran Risiko:** Manajemen risiko di PT Delka ditujukan untuk memperkuat operasional dan pencapaian tujuan klinik melalui penerapan manajemen risiko yang sistematis berdasarkan standar ISO 31000, 2018. Tujuan jangka pendek meliputi pembentukan komite risiko dan mitigasi risiko tingkat tinggi, sementara tujuan jangka menengah dan panjang bertujuan untuk integrasi dan peningkatan berkelanjutan dari proses manajemen risiko.

**Prinsip Manajemen Risiko:** PT Delka menerapkan prinsip-prinsip manajemen risiko yang mencakup integrasi dalam semua aspek operasional, struktur yang menyeluruh dan dinamis, dan berdasarkan informasi terbaik. Prinsip-prinsip ini bertujuan untuk menciptakan nilai dan melindungi aset serta individu dari potensi risiko yang muncul.

**Kerangka Manajemen Risiko:** Mengimplementasikan kerangka manajemen risiko yang melibatkan kepemimpinan dan komitmen, desain kerangka kerja, implementasi, evaluasi efektivitas, dan integrasi dalam semua kegiatan klinik.

**Proses Manajemen Risiko:** Proses ini mencakup komunikasi dan konsultasi dengan semua pemangku kepentingan, menetapkan ruang lingkup dan konteks manajemen risiko, identifikasi, analisis, evaluasi, penanganan risiko, dan pemantauan serta tinjauan risiko secara berkelanjutan.

**Biaya Manajemen Risiko:** Bab ini juga mencakup estimasi biaya yang terkait dengan aktivitas manajemen risiko, mencerminkan komitmen PT Delka dalam mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk manajemen risiko yang efektif. Secara keseluruhan, BAB IX ini memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana PT Delka Diabetes Solusindo mengintegrasikan manajemen risiko ke dalam struktur dan proses operasionalnya untuk mengurangi ketidakpastian dan memastikan stabilitas serta pertumbuhan yang berkelanjutan.