**JUDUL PROPOSAL**

**KLINIK PRAMAVEL BERSAMA**



**Di Susun**

**Oleh:**

**NAMA : HENDRIKUS KRISANTUS NDRURU**

**NIM : 230113261006**

**PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI RUMAH SAKIT**

**FAKULTAS ILMU KESEHATAN**

**STIKES WIDYAGAMA HUSADA**

**MALANG**

**2025**

**KATA PENGANTAR**

**Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga Proposal Pendirian "Klinik Pramavel Bersama" di Nias Selatan ini dapat tersusun dengan sempurna. Proposal ini merupakan wujud nyata dari gagasan dan komitmen kami untuk turut serta meningkatkan kualitas layanan kesehatan di Nias Selatan, sebuah wilayah kepulauan yang memiliki tantangan geografis dalam hal akses kesehatan yang komprehensif dan berkualitas.**

**Nias Selatan, dengan potensi pertumbuhan ekonomi di sektor pariwisata dan perikanan, menunjukkan peningkatan kebutuhan akan layanan kesehatan seiring dengan peningkatan kesejahteraan dan populasi. Terbatasnya fasilitas kesehatan yang memadai di daerah ini menjadi landasan utama kami dalam melihat peluang investasi di sektor kesehatan, yang tidak hanya menjanjikan prospek jangka panjang yang stabil tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi masyarakat.**

**Nama "Klinik Pramavel Bersama" sendiri mencerminkan semangat kolaborasi yang kuat antara tenaga medis, manajemen, dan masyarakat. Kami bertekad untuk menciptakan fasilitas kesehatan yang tidak hanya fokus pada pengobatan, tetapi juga mengedepankan pencegahan, edukasi kesehatan, dan pelayanan yang humanis, holistik, terjangkau, dan berorientasi pada kebutuhan lokal. Dengan visi untuk menjadi klinik terpercaya dan pilihan utama masyarakat pedesaan, kami akan menyediakan pelayanan kesehatan primer yang berkualitas dan komprehensif, mulai dari pemeriksaan umum hingga layanan kesehatan preventif dan promotif.**

**Dukungan dari pemerintah daerah Nias Selatan yang memiliki visi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di bidang kesehatan menjadi motivasi tambahan bagi kami. Kami berharap pendirian klinik ini dapat bersinergi dengan fasilitas kesehatan yang sudah ada dan mendapatkan dukungan positif, termasuk dalam proses perizinan dan operasional.**

**Besar harapan kami agar proposal ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai rencana pendirian "Klinik Pramavel Bersama" dan mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Semoga kehadiran klinik ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi masyarakat Nias Selatan.**

 **HORMAT KAMI**

**[HENDRIKUS KRISANTUS NDRURU]**

# **BAB I**

# **PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Gagasan pendirian 'Klinik Pramavel Bersama' di Nias Selatan muncul dari beberapa pertimbangan mendasar yang saling terkait:

* Kebutuhan Akses Layanan Kesehatan yang Memadai: Nias Selatan, sebagai wilayah kepulauan, memiliki tantangan geografis yang dapat menghambat akses masyarakat terhadap layanan kesehatan yang komprehensif dan berkualitas. Ketersediaan fasilitas kesehatan yang memadai, dengan berbagai spesialisasi dan fasilitas penunjang, masih terbatas. Banyak penduduk yang harus menempuh perjalanan jauh atau bahkan keluar pulau untuk mendapatkan penanganan medis yang lebih lanjut.
* Potensi Pertumbuhan Ekonomi dan Demografi: Nias Selatan memiliki potensi pertumbuhan ekonomi, terutama di sektor pariwisata dan perikanan. Seiring dengan peningkatan kesejahteraan dan populasi, kebutuhan akan layanan kesehatan yang berkualitas juga akan meningkat. Keberadaan rumah sakit yang representatif akan mendukung pertumbuhan ini dengan memastikan kesehatan masyarakat terjaga.
* Peluang Investasi di Sektor Kesehatan: Sektor kesehatan merupakan sektor yang krusial dan memiliki prospek jangka panjang yang stabil. Dengan masih terbatasnya fasilitas kesehatan yang memadai di Nias Selatan, pendirian rumah sakit swasta yang dikelola secara profesional memiliki peluang untuk berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekaligus memberikan imbal hasil yang berkelanjutan.
* Semangat Kolaborasi dan Pelayanan Prima: Nama 'Klinik Pramavel Bersama' mencerminkan semangat kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk tenaga medis, manajemen, dan masyarakat, dalam memberikan pelayanan kesehatan yang prima dan berorientasi pada pasien. Gagasan ini didasari oleh keinginan untuk menciptakan fasilitas kesehatan yang tidak hanya menyediakan pengobatan, tetapi juga mengedepankan pencegahan, edukasi kesehatan, dan pelayanan yang humanis.
* Dukungan Pemerintah Daerah: Pemerintah daerah Nias Selatan tentu memiliki visi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakatnya, termasuk di bidang kesehatan. Pendirian rumah sakit swasta yang dapat bersinergi dengan fasilitas kesehatan yang sudah ada akan mendapatkan dukungan positif dan mempermudah proses perizinan serta operasional.

## **1.2. visi misi**

**Visi:**

Menjadi klinik terpercaya dan pilihan utama masyarakat pedesaan dalam meningkatkan kualitas hidup melalui pelayanan kesehatan yang holistik, terjangkau, dan berorientasi pada kebutuhan lokal.

**Misi:**

1. **Menyediakan pelayanan kesehatan primer yang berkualitas dan komprehensif**, meliputi pemeriksaan umum, pengobatan penyakit ringan, tindakan medis dasar, serta layanan kesehatan preventif dan promotif yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat pedesaan.
2. **Membangun kemitraan yang kuat dengan masyarakat, tokoh agama, dan pemerintah daerah** untuk meningkatkan kesadaran kesehatan dan partisipasi aktif dalam upaya peningkatan kesehatan komunitas.
3. **Mengupayakan ketersediaan tenaga kesehatan yang kompeten dan berdedikasi**, serta meningkatkan kapasitas mereka melalui pelatihan berkelanjutan yang relevan dengan tantangan kesehatan di pedesaan.
4. **Memanfaatkan teknologi sederhana dan inovasi yang sesuai dengan kondisi geografis dan infrastruktur lokal** untuk memperluas akses dan meningkatkan efisiensi pelayanan kesehatan.
5. **Menyediakan layanan kesehatan yang terjangkau dan berkeadilan**

## **1.3 Nama dan Alamat Perusahaan**

* **Nama Perusahaan:** 'Klinik Pramavel Bersama
* **Alamat:** Jalan sisogawunasi, Desa/Kelurahan koendrafo, Kecamatan lolomatua, Kabupaten Nias Selatan, Sumatera Utara.

## **1.4 Bidang Usaha**

Bidang usaha utama 'Klinik Pramavel Bersama' adalah **penyediaan layanan kesehatan secara komprehensif**, meliputi:

* **Pelayanan Rawat Jalan:**
	+ Praktek Dokter Umum (kayak pemeriksaan kesehatan rutin, konsultasi dokter umum, pengobatan penyakit ringan, dan tindakan medis kecil).
	+ Praktek Dokter gigi
	+ Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut
	+ Pelayanan Kesehatan Ibu dan Anak (KIA)
	+ Pelayanan Keluarga Berencana (KB)
	+ Pelayanan Farmasi (Apotek)
	+ Pelayanan Fisioterapi dan Rehabilitasi Medik
* **Pelayanan Penunjang Medis:**
	+ Laboratorium Klinik
	+ Radiologi
	+ Farmasi (apotek)
	+ Gizi dan Dietetik
	+ Pelayanan Darah (bekerjasama dengan PMI atau memiliki unit transfusi darah sederhana)
	+ fisioterapi
* **Pelayanan Kesehatan Preventif dan Promotif:**
	+ Vaksinasi
	+ Pemeriksaan kesehatan berkala (medical check-up)
	+ Edukasi kesehatan masyarakat
	+ Program pencegahan penyakit

**1.5 Gambaran Perkembangan Perusahaan**

**Tahap 1: Merintis (Fokus Layanan Primer)**

1. **Layanan Utama:** Fokus utama adalah **layanan kesehatan primer** yang paling dibutuhkan masyarakat sekitar, seperti pemeriksaan umum, konsultasi dokter, pengobatan penyakit ringan, tindakan medis dasar (suntik, perban), dan mungkin layanan kesehatan preventif sederhana (misalnya, penyuluhan kesehatan).
2. **Sumber Daya:** Biasanya dimulai dengan satu atau beberapa dokter umum, perawat, dan tenaga administrasi. Peralatan medis dasar dan ruang praktik yang memadai.
3. **Target Pasar:** Masyarakat di sekitar lokasi klinik.
4. **Pemasaran Awal:** Lebih mengandalkan *word-of-mouth*, promosi lokal sederhana (brosur, spanduk), dan membangun hubungan baik dengan tokoh masyarakat.
5. **Keuangan:** Fokus pada *cash flow* yang sehat dan pengelolaan biaya operasional yang efisien. Keuntungan awal mungkin kecil dan lebih banyak diinvestasikan kembali.
6. **Tantangan:** Membangun kepercayaan masyarakat, mendapatkan pasien pertama, dan memastikan operasional berjalan lancar dengan sumber daya terbatas.

**Tahap 2: Pengembangan Awal (Penambahan Layanan dan Peningkatan Kualitas)**

1. **Layanan:** Mulai menambah layanan **penunjang medis dasar** seperti laboratorium sederhana (tes urine, darah rutin) atau apotek kecil. Bisa juga mempertimbangkan layanan gigi dasar atau kebidanan jika ada potensi pasar.
2. **Sumber Daya:** Menambah tenaga medis dan non-medis sesuai kebutuhan layanan baru. Investasi pada peralatan medis yang lebih lengkap.
3. **Target Pasar:** Memperluas jangkauan ke wilayah sekitar yang lebih luas.
4. **Pemasaran:** Mulai menggunakan media sosial, website sederhana, atau kerjasama dengan perusahaan/asuransi kecil. Fokus pada testimoni pasien dan kualitas layanan.
5. **Keuangan:** Pendapatan mulai meningkat, memungkinkan untuk investasi lebih lanjut dalam fasilitas dan pelatihan staf.
6. **Tantangan:** Mengelola pertumbuhan, menjaga kualitas layanan dengan bertambahnya pasien, dan menghadapi persaingan dari klinik lain.

**Tahap 3: Ekspansi dan Diversifikasi (Penambahan Spesialis dan Layanan Lanjutan)**

1. **Layanan:** Menambah **layanan spesialis** (misalnya, spesialis anak, penyakit dalam) dan layanan penunjang medis yang lebih lengkap (misalnya, radiologi dasar, fisioterapi). Bisa juga mempertimbangkan layanan *medical check-up* yang lebih komprehensif.
2. **Sumber Daya:** Merekrut dokter spesialis dan tenaga kesehatan profesional lainnya. Investasi pada peralatan medis yang lebih canggih.
3. **Target Pasar:** Mencakup segmen pasar yang lebih luas, termasuk pasien rujukan dan kerjasama dengan perusahaan/asuransi yang lebih besar.
4. **Pemasaran:** Strategi pemasaran yang lebih terstruktur, termasuk branding yang kuat, pemasaran digital yang lebih intensif, dan hubungan masyarakat.
5. **Keuangan:** Pendapatan signifikan meningkat, memungkinkan untuk ekspansi cabang atau pengembangan layanan baru yang lebih spesifik.
6. **Tantangan:** Mengelola kompleksitas operasional dengan banyaknya layanan dan tenaga medis, menjaga kualitas di berbagai lini, dan menghadapi persaingan yang lebih ketat.

**Tahap 4: Pertumbuhan Lanjutan dan Jaringan (Pengembangan Cabang dan Layanan Unggulan)**

1. **Layanan:** Mengembangkan **layanan unggulan** atau spesialisasi tertentu yang menjadi ciri khas klinik. Memperluas jaringan dengan membuka cabang di lokasi strategis lainnya.
2. **Sumber Daya:** Memiliki tim manajemen yang solid, sistem operasional yang terstandarisasi, dan investasi berkelanjutan dalam pengembangan SDM dan teknologi.
3. **Target Pasar:** Menjadi pemain regional atau bahkan nasional dengan reputasi yang kuat.
4. **Pemasaran:** Fokus pada *brand awareness*, loyalitas pelanggan, dan pemasaran strategis untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
5. **Keuangan:** Pendapatan stabil dan terus bertumbuh, memungkinkan untuk investasi dalam inovasi layanan, teknologi informasi, dan ekspansi yang lebih agresif.
6. **Tantangan:** Mempertahankan kualitas dan budaya perusahaan di berbagai cabang, menghadapi regulasi yang semakin kompleks, dan beradaptasi dengan perubahan tren di industri kesehatan.

**Tahap 5: Pemantapan dan Inovasi (Pengembangan Layanan Digital dan Kemitraan Strategis)**

1. **Layanan:** Mengintegrasikan **layanan digital** seperti konsultasi online, *appointment online*, rekam medis elektronik yang terintegrasi, dan *telemedicine*. Membangun kemitraan strategis dengan rumah sakit, laboratorium besar, atau penyedia layanan kesehatan lainnya.
2. **Sumber Daya:** Memiliki tim IT yang kuat, sistem informasi yang canggih, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi baru.
3. **Target Pasar:** Mempertahankan pangsa pasar yang besar dan terus menjangkau segmen baru melalui inovasi digital.
4. **Pemasaran:** Fokus pada *customer engagement* melalui platform digital, personalisasi layanan, dan membangun komunitas pasien.
5. **Keuangan:** Investasi dalam riset dan pengembangan layanan baru, teknologi, dan ekspansi yang berkelanjutan.
6. **Tantangan:** Mengikuti perkembangan teknologi yang pesat, menjaga keamanan data pasien, dan menghadapi persaingan dari pemain baru di era digital.

# **BAB II**

# **PEMBAHASAN**

## **1.1 Analisa Swot**

Berikut adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk pendirian klinik di Kabupaten Nias Selatan:

 **Strengths (Kekuatan):**

* **Potensi Pasar yang Belum Terlayani:** Kebutuhan akan layanan kesehatan seringkali tinggi di daerah pedesaan dengan akses yang terbatas ke fasilitas kesehatan yang memadai.
* **Hubungan Komunitas yang Erat:** Lebih mudah membangun kepercayaan dan loyalitas pasien melalui hubungan personal dengan masyarakat setempat.
* **Biaya Operasional Relatif Lebih Rendah:** Biasanya biaya sewa tempat, tenaga kerja (tergantung kualifikasi), dan biaya hidup di pedesaan cenderung lebih rendah dibandingkan perkotaan.
* **Potensi Dukungan Pemerintah Daerah:** Pemerintah daerah seringkali memiliki program untuk meningkatkan akses kesehatan di wilayah pedesaan, yang bisa berupa bantuan atau kemudahan perizinan.
* **Minimnya Persaingan:** Kemungkinan jumlah klinik atau fasilitas kesehatan sejenis masih terbatas di area tersebut.
* **Kebutuhan Akan Layanan Primer yang Tinggi:** Penyakit umum dan kebutuhan kesehatan dasar seringkali menjadi masalah utama di pedesaan.

**Weaknesses (Kelemahan):**

* **Keterbatasan Sumber Daya Manusia:** Sulit menarik tenaga medis profesional (dokter, perawat, spesialis) untuk bekerja di daerah terpencil atau kurang fasilitas.
* **Keterbatasan Infrastruktur:** Akses jalan yang kurang baik, ketersediaan listrik dan air yang tidak stabil, serta minimnya fasilitas pendukung bisa menjadi kendala.
* **Keterbatasan Peralatan Medis:** Investasi pada peralatan medis canggih mungkin sulit dilakukan di awal karena keterbatasan modal dan jumlah pasien.
* **Tingkat Ekonomi Masyarakat yang Bervariasi:** Daya beli masyarakat pedesaan mungkin lebih rendah, mempengaruhi kemampuan mereka untuk mengakses layanan kesehatan yang lebih mahal.
* **Tingkat Pendidikan dan Kesadaran Kesehatan yang Bervariasi:** Perlu upaya lebih untuk memberikan edukasi kesehatan kepada masyarakat.
* **Potensi Keterlambatan Rujukan:** Jika membutuhkan penanganan lebih lanjut, proses rujukan ke rumah sakit yang lebih besar di kota bisa memakan waktu lebih lama.

**Opportunities (Peluang):**

* **Kerjasama dengan Puskesmas dan Program Pemerintah:** Bisa menjalin kerjasama untuk memperluas jangkauan layanan atau mendapatkan dukungan program kesehatan.
* **Pengembangan Layanan Kesehatan Preventif dan Promotif:** Fokus pada edukasi kesehatan dan pencegahan penyakit untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.
* **Pemanfaatan Teknologi Sederhana:** Penggunaan telemedicine atau konsultasi jarak jauh dengan dokter spesialis di kota (jika memungkinkan infrastrukturnya).
* **Pengembangan Layanan Unggulan Sesuai Kebutuhan Lokal:** Misalnya, fokus pada kesehatan ibu dan anak jika angka kematian ibu dan bayi tinggi di daerah tersebut.
* **Potensi Pertumbuhan Ekonomi Daerah:** Jika perekonomian daerah berkembang, daya beli masyarakat untuk layanan kesehatan juga berpotensi meningkat.
* **Meningkatnya Kesadaran Akan Kesehatan:** Semakin banyak masyarakat yang sadar akan pentingnya kesehatan dan mencari fasilitas kesehatan terdekat.

**Threats (Ancaman):**

* **Munculnya Klinik atau Fasilitas Kesehatan Lain:** Jika ada investor lain yang melihat potensi pasar, persaingan bisa muncul.
* **Perubahan Kebijakan Pemerintah:** Perubahan regulasi terkait layanan kesehatan atau pendanaan bisa mempengaruhi operasional klinik.
* **Kondisi Ekonomi Masyarakat yang Memburuk:** Jika terjadi krisis ekonomi, kemampuan masyarakat untuk membayar layanan kesehatan bisa menurun.
* **Keterbatasan Akses Transportasi Pasien:** Terutama untuk kondisi darurat atau pasien dengan mobilitas terbatas.
* **Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pengobatan Tradisional:** Beberapa masyarakat mungkin lebih memilih pengobatan tradisional dibandingkan layanan medis modern.
* **Bencana Alam atau Kondisi Geografis:** Daerah pedesaan seringkali lebih rentan terhadap bencana alam yang dapat mengganggu operasional klinik dan akses pasien.

## **2.3 Sumber Daya Manusia**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Jabatan | Peran Utama & Tanggung Jawab | Kualifikasi & Kompetensi |
| 1.Manajer Klinik | Mengawasi seluruh operasional klinik, termasuk keuangan, SDM, dan kualitas pelayanan. Memastikan kepatuhan terhadap regulasi kesehatan yang berlaku serta memimpin dan memotivasi tim | HENDRIKUS KRISANTU NDRURU |
| 2. Dokter Umum | Memberikan pelayanan medis dasar seperti pemeriksaan fisik, anamnesis, penentuan diagnosis awal, dan pemberian pengobatan sesuai standar operasional. Bertanggung jawab atas hubungan eksternal dan kepatuhan regulasi | Wajib memiliki gelar Dokter Umum dan Surat Izin Praktik (SIP). Diutamakan memiliki pengalaman kerja, kemampuan komunikasi dan empati yang baik, serta bersedia ditempatkan di daerah terpencil |
| 3. Perawat | Mendukung kerja dokter, melakukan tindakan keperawatan dasar, memantau kondisi pasien, memberikan edukasi kesehatan, mengelola rekam medis, serta bertanggung jawab atas pengelolaan alat dan obat | Mendukung kerja dokter, melakukan tindakan keperawatan dasar, memantau kondisi pasien, memberikan edukasi kesehatan, mengelola rekam medis, serta bertanggung jawab atas pengelolaan alat dan obat |
| 4. Bidan | Melaksanakan pelayanan Kesehatan Ibu dan Anak (KIA) dan Keluarga Berencana (KB). Melakukan pemeriksaan kehamilan dan membantu persalinan. Memberikan konseling kesehatan serta melakukan pencatatan dan rujukan yang diperlukan | Lulusan D3/S1 Kebidanan dengan STR. Disarankan memiliki sertifikat APN (Asuhan Persalinan Normal). Kompeten dalam pelayanan KIA dan KB, sabar, teliti, komunikatif, dan mampu bekerja sama dalam tim |
| 5.Apoteker | Bertanggung jawab atas pengelolaan kefarmasian, termasuk peracikan dan penyediaan obat. Memberikan edukasi penggunaan obat kepada pasien, mengawasi stok dan mutu obat, memberikan konsultasi kepada tenaga medis, dan menyusun laporan obat | Minimal D3/S1 Farmasi dengan Surat Tanda Registrasi Apoteker (STRA). Memiliki pengetahuan farmakologi yang kuat, teliti, komunikatif, dan memahami regulasi terkait kefarmasian |
| 6.Tenaga Administrasi | Mengelola pendaftaran pasien dan jadwal, rekam medis, surat-menyurat, serta keuangan klinik. Bertanggung jawab atas inventarisasi dan informasi pasien | Lulusan D3/S1 Administrasi atau Rekam Medis. Mahir menggunakan Microsoft Office, teliti, jujur, dan komunikatif |
| 7.Petugas Kebersihan | Menjaga kebersihan seluruh area klinik, melakukan pembuangan sampah sesuai SOP, dan membantu persiapan ruang tindakan | Minimal pendidikan SD/SMP/SMA. Harus rajin, bertanggung jawab, dan memahami dasar-dasar kebersihan |

## **2.4 Aspek Keuangan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| NO | **KATEGORI** | **RINCIAN** | **BIAYA** |
| 1 | Pembangunan Bangunan Baru Minimalis | Konstruksi,Desain Hingga Finishing | IDR200.000.000 |
| 2 | Peralatan Medis Umum Dasar | * Meja pemeriksaan pasien.
* Timbangan dan pengukur tinggi badan.
* Tensimeter (alat pengukur tekanan darah), stetoskop.
* Termometer, senter diagnostik.
* Otoskop, oftalmoskop.
* Alat-alat bedah minor (gunting, pinset, klem, jarum,
* benang).
* Sterilisator (autoklaf) kecil.
* Troli medis.
* Tabung oksigen dan regulator
 | IDR 20.000.000 |
| 3 | Peralatan Dokter Gigi | * Dental unit (kursi gigi, bor gigi, lampu, suction).
* Alat-alat pemeriksaan gigi (kaca mulut, sonde,
* pinset).
* Alat-alat pencabutan gigi.
* Alat-alat penambalan gigi.
* Sterilisator khusus gigi.
 | IDR 50.000.000 |
| 4 | Peralatan KIA/KB | * Meja ginekologi/kursi periksa.
* Doppler (untuk mendengarkan detak
* jantung janin).
* Alat pemasangan/pelepasan KB (IUD kit).
* Timbangan bayi, pengukur panjang bayi.
 | IDR 10.000.000 |
| 5 | Peralatan Fisioterapi (Dasar) | * Meja dan kursi resepsionis/administrasi.
* Komputer, printer, telepon.
* Lemari arsip.
 | IDR15.000.000 |
| 6 | **TOTAL BIAYA AWAL** | **(A + B + Sejumlah Dana untuk Operasional** **Awal)** | **IDR 340.000.000** |

**2.5 Biaya Pengeluaran Bulanan**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| NO | **JABATAN** | **GAJI** |
| 1 | DOKTER UMUM | IDR 4.000.000 |
| 2 | Dokter Gig | IDR 4.000.000  |
| 3 | Perawat / Bidan / Fisioterapis | IDR 2.500.000 |
| 4 | Apoteker | lDR 2.500.000 |
| 5 | Tenaga Administrasi | IDR 2.000.000 |
| 6 | Petugas Kebersihan | LDR 1.000.000 |
| 7 | **TOTAL** | **IDR 36.500.000** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| NO | **BAHAN DAN ALAT** | **BIAYA** |
| 1 | Listrik | IDR 1.000.000 |
| 2 | Air | IDR 200.000 |
| 3 | Telepon dan Internet | IDR 300.000 |
| 4 | Stok Obat (Pembelian Rutin Farmasi/Apotek) | IDR 10.000.000 |
| 5 | Bahan Habis Pakai | IDR 2.000.000 |
| 6 | Perawatan Alat | IDR 500.000 |
| 7 | Pengelolaan Limbah | IDR 500.000 |
|  | **TOTAL** | **IDR 14.500.000** |

##

## **2.6 Prediksi Pendapatan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kategori Layanan** | **Jumlah Pasien per Bulan (Asumsi)** | **Rata-rata Pendapatan per Pasien (Asumsi)** | **Total Pendapatan per Bulan (Asumsi)** |
| **Konsultasi Dokter Umum** | **250** | **Rp55.000** | **Rp13.750.000** |
| **Tindakan Medis Sederhana** | **75** | **Rp100.000** | **Rp7.500.000** |
| **Suntik/Injeksi** | **125** | **Rp30.000** | **Rp3.750.000** |
| **Konsultasi Dokter Gigi** | **125** | **Rp50.000** | **Rp6.250.000** |
| **Pencabutan Gigi Susu** | **50** | **Rp75.000** | **Rp3.750.000** |
| **Pencabutan Gigi Permanen** | **25** | **Rp150.000** | **Rp3.750.000** |
| **Penambalan Gigi** | **50** | **Rp100.000** | **Rp5.000.000** |
| **Pembersihan Karang Gigi** | **25** | **Rp150.000** | **Rp3.750.000** |
| **Pemeriksaan Kehamilan (ANC)** | **75** | **Rp60.000** | **Rp4.500.000** |
| **Imunisasi/Vaksinasi (jasa suntik)** | **100** | **Rp37.500** | **Rp3.750.000** |
| **Pemasangan KB IUD/Implan** | **13** | **Rp150.000** | **Rp1.950.000** |
| **Kontrol KB (Suntik/Pil)** | **125** | **Rp30.000** | **Rp3.750.000** |
| **Pemeriksaan Bayi/Balita Sehat** | **75** | **Rp55.000** | **Rp4.125.000** |
| **Sesi Fisioterapi** | **50** | **Rp112.500** | **Rp5.625.000** |
| **Cek Gula Darah Sewaktu** | **75** | **Rp37.500** | **Rp2.812.500** |
| **Cek Asam Urat** | **75** | **Rp45.000** | **Rp3.375.000** |
| **Cek Kolesterol** | **75** | **Rp45.000** | **Rp3.375.000** |
| **Pemeriksaan Darah Lengkap** | **50** | **Rp112.500** | **Rp5.625.000** |
| **Pemeriksaan Urine Lengkap** | **50** | **Rp75.000** | **Rp3.750.000** |
| **Jasa Suntik Vaksin** | **50** | **Rp30.000** | **Rp1.500.000** |
| **Medical Check-up Sederhana (MCU)** | **25** | **Rp175.000** | **Rp4.375.000** |
| **TOTAL ESTIMASI PENDAPATAN BULANAN** |  |  | **Rp95.812.500** |

## **2.7 Perhitungan BEP**

Analisis Modal Kembali (Break-Even Point / BEP)

Untuk menghitung modal kembali, kita perlu mempertimbangkan:

1. Biaya Awal Bisnis (Investasi): Rp 340.000.000
2. Biaya Operasional Bulanan:
	* Gaji Karyawan: Rp 36.500.000
	* Bahan dan Alat (operasional bulanan): Rp 14.500.000
	* Total Biaya Operasional Bulanan: Rp 36.500.000 + Rp 14.500.000 = Rp 51.000.000

Pendapatan Bersih Bulanan (Estimasi) Total Estimasi Pendapatan Bulanan - Total Biaya Operasional Bulanan Rp 95.812.500 - Rp 51.000.000 = Rp 44.812.500

Estimasi Waktu Modal Kembali (BEP) Modal Kembali = Biaya Awal Bisnis / Pendapatan Bersih Bulanan Modal Kembali = Rp 340.000.000 / Rp 44.812.500 Modal Kembali ≈ 7.59 bulan

Kesimpulan Estimasi Modal Kembali:

Dengan asumsi target pasien dan pendapatan rata-rata yang telah dihitung, klinik pramavel diperkirakan akan mencapai titik impas (modal kembali) dalam waktu sekitar 7 hingga 8 bulan.

## **2.8 Aspek Pemasaran**

Aspek pemasaran merupakan elemen krusial dalam keberhasilan operasional dan pertumbuhan Klinik Pramavel Bersama. Strategi pemasaran yang efektif akan memastikan klinik dikenal luas oleh masyarakat, menarik pasien, dan membangun loyalitas jangka panjang. Mengingat lokasi klinik di daerah pedesaan (Desa/Kelurahan Koendrafo, Kecamatan Lolomatua, Kabupaten Nias Selatan, Sumatera Utara), strategi pemasaran akan difokuskan pada pendekatan yang relevan dengan karakteristik demografi dan aksesibilitas teknologi masyarakat setempat, namun tetap memanfaatkan potensi digital.

**A. Analisis Situasi Pasar**

1. **Kebutuhan Pasar:** Berdasarkan "Dasar Gagasan Membuka Bisnis Baru", terdapat "Kebutuhan Akses Layanan Kesehatan yang Memadai" di wilayah target. Hal ini menunjukkan adanya celah pasar dan permintaan yang belum terpenuhi secara optimal.
2. **Demografi dan Geografi:** Lokasi di pedesaan mengindikasikan target pasar yang mungkin lebih bergantung pada komunikasi tatap muka dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Akses internet mungkin belum merata, namun penggunaan perangkat seluler dan media sosial tetap memiliki potensi.
3. **Pesaing:** "Minimnya Persaingan di Area Pedesaan" sebagai salah satu keunggulan. Meskipun demikian, penting untuk tetap mengidentifikasi fasilitas kesehatan lain (puskesmas, posyandu, atau praktek swasta lain) yang ada di sekitar untuk memahami lanskap kompetisi dan posisi unik Klinik Pramavel Bersama.

**B. Strategi Pemasaran Terintegrasi**

Strategi pemasaran Klinik Pramavel Bersama akan mengintegrasikan pendekatan digital dan non-digital untuk menjangkau segmen pasar yang luas dan beragam.

**1. Diferensiasi dan Brand Promise (Janji Merek)**

Klinik Pramavel Bersama akan memposisikan diri sebagai penyedia layanan kesehatan primer yang **holistik, terjangkau, dan berorientasi pada kebutuhan lokal**, sesuai dengan visi dan misi klinik. Janji merek akan difokuskan pada:

* **Kualitas Pelayanan Prima:** Didukung oleh tenaga kesehatan yang kompeten dan berdedikasi.
* **Aksesibilitas dan Keterjangkauan:** Menawarkan tarif yang kompetitif dan transparan, sesuai dengan kemampuan ekonomi masyarakat lokal.
* **Pendekatan Personal dan Empati:** Membangun hubungan kepercayaan dengan pasien melalui pelayanan yang ramah, informatif, dan penuh kepedulian.
* **Inovasi yang Sesuai:** Pemanfaatan teknologi sederhana yang memudahkan akses dan pelayanan tanpa menimbulkan kendala bagi masyarakat.

**2. Penawaran Layanan (Product/Service)**

Klinik akan secara proaktif mengkomunikasikan keunggulan dan keragaman layanan yang ditawarkan:

* **Praktek Dokter Umum dan Gigi:** Menyoroti ketersediaan dokter umum dan gigi dengan jadwal yang teratur.
* **Pelayanan Kesehatan Ibu dan Anak (KIA) & KB:** Mengkampanyekan pentingnya pemeriksaan kehamilan, imunisasi, dan program KB untuk kesehatan keluarga.
* **Fisioterapi dan Rehabilitasi Medik:** Memperkenalkan manfaat layanan ini bagi masyarakat yang membutuhkan pemulihan pasca cedera atau penyakit kronis.
* **Laboratorium Klinik Dasar:** Menjelaskan pentingnya pemeriksaan dasar seperti cek gula darah, asam urat, dan kolesterol untuk deteksi dini penyakit.
* **Pelayanan Kesehatan Preventif dan Promotif:** Mengedukasi masyarakat tentang pentingnya vaksinasi dan medical check-up berkala.

**3. Strategi Harga (Price)**

Strategi penetapan harga akan didasarkan pada prinsip **keterjangkauan dan keadilan**, dengan mempertimbangkan:

* **Daftar Tarif Transparan:** Tarif layanan yang jelas dan mudah dipahami oleh pasien.
* **Paket Layanan Menarik:** Penawaran paket bundling untuk beberapa layanan (misalnya, paket pemeriksaan kehamilan lengkap, paket imunisasi balita) dengan harga yang lebih hemat.
* **Promo dan Diskon Berkala:** Mengadakan program promosi musiman atau diskon untuk layanan tertentu (misalnya, promo vaksinasi, diskon medical check-up di bulan tertentu) untuk menarik kunjungan pasien baru dan mendorong kunjungan berulang.

**4. Saluran Distribusi (Place)**

* **Lokasi Fisik Klinik:** Jalan Sisogawunasi, Desa/Kelurahan Koendrafo, Kecamatan Lolomatua, Kabupaten Nias Selatan, Sumatera Utara. Lokasi ini harus mudah diakses dan memiliki penanda yang jelas.
* **Aksesibilitas:** Memastikan klinik mudah dijangkau oleh transportasi lokal dan memiliki area parkir yang memadai (jika relevan).
* **Jam Operasional:** Mengkomunikasikan jam operasional yang fleksibel dan mengakomodasi kebutuhan masyarakat.

**5. Promosi dan Komunikasi (Promotion)**

* **A. Pemasaran Digital (Digital Marketing):**
	+ **Media Sosial Aktif:** Membangun dan mengelola akun media sosial (misalnya, Facebook dan Instagram) yang konsisten.
		- **Konten Edukatif:** Membagikan tips kesehatan, informasi penyakit umum, pentingnya pola hidup sehat, dan penjelasan singkat tentang berbagai layanan klinik yang disampaikan oleh tenaga kesehatan.
		- **Pengenalan Tenaga Medis:** Memperkenalkan profil dokter, perawat, dan staf lain untuk membangun kepercayaan dan kedekatan.
		- **Testimoni Pasien:** Mendorong pasien yang puas untuk berbagi pengalaman positif (dengan izin).
		- **Sesi Tanya Jawab Online:** Mengadakan sesi Q&A singkat dengan dokter atau perawat untuk menjawab pertanyaan umum masyarakat.
	+ **Google My Business (GMB):** Mendaftarkan klinik di GMB untuk memastikan klinik muncul di hasil pencarian lokal Google Maps dengan informasi lengkap (alamat, jam buka, nomor telepon, ulasan).
	+ **WhatsApp Business:** Menggunakan WhatsApp Business untuk komunikasi cepat dengan pasien, seperti konfirmasi janji, informasi jadwal, atau pertanyaan umum.
	+ **Website Sederhana (Opsional, Jangka Panjang):** Jika memungkinkan di masa depan, membangun website sederhana yang berisi informasi klinik, daftar layanan, tarif, dan kontak.
* **B. Pemasaran Tradisional/Komunitas (Offline Marketing):**
	+ **Penyuluhan Kesehatan Masyarakat:** Aktif mengadakan atau berpartisipasi dalam kegiatan penyuluhan kesehatan di desa-desa sekitar, sekolah, atau fasilitas umum lainnya. Ini membangun kesadaran dan kepercayaan.
	+ **Kemitraan Komunitas:** Membangun hubungan baik dengan tokoh masyarakat, tokoh agama, ketua RT/RW, posyandu, dan sekolah untuk mendukung program kesehatan dan penyebaran informasi klinik.
	+ **Papan Nama dan Spanduk:** Memasang papan nama klinik yang jelas dan mudah terlihat, serta spanduk promosi di lokasi strategis.
	+ **Brosur dan Pamflet:** Mencetak brosur dan pamflet informatif tentang layanan klinik, jadwal, dan kontak, kemudian mendistribusikannya di area sekitar klinik, puskesmas terdekat, atau tempat keramaian.
	+ **Rekomendasi dari Mulut ke Mulut (Word-of-Mouth):** Ini adalah salah satu bentuk pemasaran terkuat di daerah pedesaan. Pelayanan prima dan hasil pengobatan yang memuaskan akan mendorong pasien untuk merekomendasikan klinik kepada keluarga dan teman-teman mereka.
	+ **Program Loyalty:** Menerapkan program sederhana untuk pasien setia, seperti diskon khusus untuk kunjungan ke-X atau hadiah kecil.

**C. Indikator Keberhasilan Pemasaran**

Keberhasilan strategi pemasaran akan diukur melalui beberapa indikator kunci:

* **Jumlah Kunjungan Pasien:** Peningkatan jumlah pasien per hari/bulan secara keseluruhan dan per jenis layanan.
* **Tingkat Penggunaan Layanan:** Data tentang layanan yang paling banyak diminati.
* **Ulasan dan Testimoni Pasien:** Jumlah ulasan positif dan tingkat kepuasan pasien.
* **Tingkat Pengembalian Modal (BEP):** Kecepatan pencapaian titik impas sesuai proyeksi keuangan.
* **Kesadaran Merek:** Tingkat pengenalan Klinik Pramavel Bersama di masyarakat sekitar.

Dengan implementasi strategi pemasaran yang terencana dan terintegrasi ini, Klinik Pramavel Bersama diharapkan dapat mencapai target pasien, meningkatkan pendapatan, dan menjadi pusat layanan kesehatan pilihan utama di wilayah Kabupaten Nias Selatan.

# **BAB III**

# **KESIMPULAN**

Klinik Pramavel Bersama hadir sebagai solusi strategis untuk mengatasi kebutuhan akses layanan kesehatan yang memadai di Desa/Kelurahan Koendrafo, Kecamatan Lolomatua, Kabupaten Nias Selatan, Sumatera Utara. Berdasarkan analisis menyeluruh terhadap berbagai aspek, dapat disimpulkan bahwa Klinik Pramavel Bersama memiliki potensi besar untuk menjadi fasilitas kesehatan primer yang terpercaya dan berkelanjutan.

**1. Potensi Pasar dan Kebutuhan Mendesak:** Klinik ini dibangun di atas landasan kebutuhan masyarakat akan layanan kesehatan yang terjangkau, komprehensif, dan mudah dijangkau, mengingat minimnya fasilitas kesehatan di area pedesaan. Gagasan untuk membuka bisnis ini sangat relevan dengan kondisi demografi dan geografis wilayah target. Kehadiran klinik ini bukan hanya peluang bisnis, tetapi juga bentuk kontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat lokal.

**2. Visi Misi yang Kuat dan Relevan:** Visi "Menjadi klinik terpercaya dan pilihan utama masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidup melalui pelayanan kesehatan yang holistik, terjangkau, dan berorientasi pada kebutuhan lokal" menunjukkan komitmen yang jelas. Didukung oleh misi yang berfokus pada kualitas pelayanan, kemitraan komunitas, ketersediaan SDM kompeten, pemanfaatan teknologi yang sesuai, dan keterjangkauan, Klinik Pramavel Bersama memiliki arah yang jelas untuk memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat secara berkeadilan.

**3. Layanan Komprehensif dan Terjangkau:** Klinik ini menawarkan berbagai jenis pelayanan rawat jalan yang esensial, meliputi praktek dokter umum, praktek dokter gigi, pelayanan KIA & KB, fisioterapi, laboratorium klinik dasar, serta pelayanan kesehatan preventif dan promotif. Keragaman layanan ini, ditambah dengan penetapan tarif yang fleksibel dan terjangkau (Rp 20.000 - Rp 150.000 untuk sebagian besar layanan, tanpa menyertakan harga vaksin/alat KB), menjadikan klinik ini sangat relevan dan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat.

**4. Struktur Organisasi yang Jelas dan SDM Inti yang Kuat:** Struktur organisasi yang terdiri dari Direktur, Dokter Umum, Dokter Gigi, Bidan, Perawat, dan Tenaga Laboratorium menunjukkan kerangka kerja yang solid. Meskipun kebutuhan untuk melengkapi tenaga administrasi dan asisten medis/farmasi diidentifikasi, keberadaan tenaga medis utama yang berkualitas dan berdedikasi menjadi fondasi penting dalam memberikan pelayanan. Fokus pada pelatihan dan pengembangan berkelanjutan akan menjadi kunci untuk mengatasi keterbatasan SDM dan infrastruktur yang ada di daerah.

**5. Proyeksi Keuangan yang Menjanjikan:** Dengan investasi awal sebesar Rp 340.000.000 dan estimasi biaya operasional bulanan sebesar Rp 51.000.000, proyeksi pendapatan bulanan yang mencapai sekitar Rp 95.812.500 menunjukkan potensi profitabilitas yang tinggi. Berdasarkan asumsi target pasien dan tarif layanan, estimasi modal kembali (Break-Even Point) yang dapat dicapai dalam waktu sekitar **7 hingga 8 bulan** menunjukkan kelayakan finansial yang sangat menarik dan potensi pengembalian investasi yang cepat.

**6. Strategi Pemasaran Terintegrasi:** Strategi pemasaran yang menggabungkan pendekatan digital (media sosial, Google My Business, WhatsApp Business) dan tradisional (penyuluhan, kemitraan komunitas, brosur, rekomendasi dari mulut ke mulut) sangat tepat sasaran untuk menjangkau masyarakat pedesaan. Fokus pada diferensiasi merek, pelayanan berkualitas, dan komunikasi yang efektif akan menjadi kunci untuk membangun kepercayaan dan menarik loyalitas pasien.

**7. Tantangan dan Mitigasi:** Meskipun memiliki potensi besar, klinik ini juga menyadari adanya tantangan seperti keterbatasan SDM dan infrastruktur di daerah pedesaan. Namun, ini dapat dimitigasi dengan komitmen terhadap pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan, pemanfaatan teknologi sederhana yang sesuai, serta membangun kemitraan yang kuat dengan pemerintah daerah dan komunitas.

**Kesimpulan Akhir:**

Klinik Pramavel Bersama bukan sekadar entitas bisnis, melainkan sebuah inisiatif sosial-ekonomi yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui akses kesehatan yang berkualitas dan terjangkau. Dengan perencanaan yang matang, visi yang jelas, struktur organisasi yang solid, proyeksi keuangan yang optimis, dan strategi pemasaran yang relevan, Klinik Pramavel Bersama sangat layak untuk dikembangkan dan memiliki prospek cerah untuk menjadi fasilitas kesehatan kebanggaan masyarakat Nias Selatan. Keberhasilan klinik ini akan menjadi bukti nyata bagaimana kolaborasi, dedikasi, dan inovasi dapat membawa dampak positif yang signifikan bagi kesehatan dan pembangunan daerah.