

ANALISIS DAN PERANCANGAN BISNIS MODEL CANVAS (BMC) PADA BISNIS KLINIK PT X

Firdya Fahmiatul Auliyah¹, R. Yuniardi Rusdianto²
firdyafahmiatul19@gmail.com¹, rusdiyanto.adbis@upnjatim.ac.id²
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan merancang Business Model Canvas (BMC) untuk bisnis klinik. BMC berfungsi sebagai alat yang memudahkan dalam memahami dan merancang model bisnis melalui sembilan elemen kunci utama Business Model Canvas (BMC) yaitu Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partners, dan Cost Structure. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan BMC memberikan manfaat signifikan bagi klinik dalam memahami kebutuhan pasar, meningkatkan layanan, serta mengoptimalkan operasi dan kinerja keuangan. Rancangan BMC ini juga berfungsi sebagai panduan praktis bagi pengelola klinik untuk mengidentifikasi peluang pertumbuhan, membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, dan memanfaatkan sumber daya serta kemitraan secara efektif.

Kata kunci : Analisis, Perancangan, BMC, Klinik.

Abstract

This research aims to analyze and design a Business Model Canvas (BMC) for clinic businesses. BMC functions as a tool that makes it easier to understand and design business models through the nine main key elements of the Business Model Canvas (BMC), namely Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partners, and Cost Structure. The research results show that implementing BMC provides significant benefits for clinics in understanding market needs, improving services, and optimizing operational and financial performance. The BMC plan also serves as a practical guide for clinic managers to identify growth opportunities, build better relationships with customers, and utilize resources and partnerships effectively.

Keywords: Analysis, Design, BMC, Clinic.

PENDAHULUAN

Industri layanan kesehatan memiliki pasar yang unik dibandingkan dengan industri lainnya. Pemerintah sangat terlibat karena layanan ini berkaitan langsung dengan keselamatan nyawa pengguna. Selain itu, industri ini juga didukung oleh sektor swasta yang terus berkembang karena potensi bisnis yang besar, dipengaruhi oleh gaya hidup dan meningkatnya kesadaran masyarakat. Ditambah lagi, layanan kesehatan semakin berkembang dengan adanya program jaminan kesehatan nasional. Permintaan masyarakat terhadap layanan dan produk kesehatan juga terus meningkat, baik untuk pencegahan penyakit maupun pengobatan (Humami et al., 2021)

Diketahui bahwa sektor jasa didukung oleh bisnis layanan kesehatan yang memiliki fungsi penting bagi masyarakat. Bisnis layanan kesehatan dibagi menjadi lima jenis yaitu rumah sakit, klinik, praktek dokter pribadi, apotek, dan laboratorium. Kelima jenis tersebut tentunya memainkan peran penting dalam bisnis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelayanan medis yang berhubungan langsung sangat erat kaitannya dengan kualitas pelayanan. Pada dasarnya pasien dan pada dasarnya pasien dan keluarga pasien mempunyai keinginan untuk memperoleh pelayanan yang terbaik dan terus meningkat. Jika pemilik klinik dapat memberikan apa yang diinginkan hal itu dapat berdampak pada keamanan bisnis tersebut. Saat ini bisnis layanan kesehatan menghadapi tekanan yang sangat signifikan akibat kemajuan teknologi.

Dijelaskan bahwa pasien kini memiliki kemudahan dalam mencari informasi, berdiskusi, dan berkonsultasi tanpa perlu mengunjungi lokasi secara langsung serta dapat mendaftar di unit kesehatan seperti klinik atau rumah sakit (Hidayati et al., 2019)

Kebutuhan akan pemodelan bisnis yang menyeluruh dalam pengembangan terampil sangat penting karena marketplace akan dibangun sesuai dengan kebutuhan. Di samping itu, pemodelan bisnis dirancang sebagai langkah lanjutan dalam proses perencanaan dan pembuatan model bisnis yang sesuai dengan kebutuhan. Dengan demikian, usulan pemodelan bisnis dapat diterapkan dalam pengembangan Terampil untuk memperbarui fitur serta menciptakan model bisnis yang tepat dan sesuai dengan harapan (Tristiyanto et al., 2020). Analisis dan perancangan Business Model Canvas (BMC) pada bisnis klinik merupakan langkah strategis untuk memahami dan mengembangkan model bisnis yang efisien. Business Model Canvas (BMC) membantu mengidentifikasi sembilan elemen utama yang mendukung operasional klinik. sembilan elemennya yaitu Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationship, Revenue Stream, Key Resources, Key Activities, Key Partners, dan Cost Structure.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) juga dapat digunakan untuk membangun dan mengembangkan model bisnis yang menciptakan nilai yang berharga dan signifikan bagi pelanggan. Misalnya pada perusahaan kesehatan seperti rumah sakit dan apotek, menciptakan nilai bagi pelanggan, dalam hal ini pasien, sangatlah penting. Dalam hal ini, pasien dapat menentukan nilai-nilai berikut ketika memilih fasilitas medis seperti mutu pelayanan, mutu tenaga kesehatan, dan fasilitas yang diberikan (Anggito & Fajar, 2023)

Sembilan Bagian Business Model Canvas

Business Model Canvas di bagi menjadi 9 bagian yaitu key partners, key activities, key resources, value propositions, customer relationship, channels, customer segments, revenue streams, dan cost structure.

Key Partners yaitu suatu jaringan kerjasama dengan pihak eksternal untuk memperoleh nilai dari pihak eksternal yang tidak dimiliki organisasi agar bisnis dapat berfungsi dengan baik. Ada empat alasan utama untuk berkolaborasi dengan pihak eksternal yaitu Optimalisasi, Sumber daya, Pengetahuan dan Akuisisi pasar.

Key Activities merupakan kegiatan terpenting dan kritis yang harus dilakukan untuk menciptakan suatu produk atau jasa yang lebih bernilai dibandingkan pesaing dan lebih sesuai dengan target pasar. Secara umum, kegiatan utama perusahaan dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu kegiatan pelayanan, platform dan jaringan.

key Resources salah satu dari aspek terpenting dalam menjalankan bisnis. Key resources digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk menciptakan nilai, menentukan target pasar, dan menghasilkan pendapatan. key resources dapat berupa manusia, keuangan, fasilitas, bahan mentah, dan intelektual dalam perekonomian. key resources dapat dibagi menjadi enam kategori yaitu Fasilitas, saluran distribusi, teknologi, manusia, finansial, intelektual.

Value Propositions merupakan nilai tambah melalui kombinasi layanan, produk, informasi, dan pengalaman. Value Propositions memiliki tujuan untuk menarik segmen konsumen tertentu terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Value Propositions harus mampu memecahkan masalah pelanggan.

Customer Relationship sebagai jenis hubungan antara segmen pelanggan tertentu. Hubungan ini berupa hubungan personal langsung dengan pelanggan, sehingga mesin dan robot dapat digunakan secara otomatis sesuai dengan industri atau segmen pelanggan.

Channels adalah cara bisnis berkomunikasi untuk menjangkau pelanggan dan menyampaikan nilai produk/layanan mereka secara efektif. Channels memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengalaman pelanggan dan kesan terhadap produk/layanan.

Customer Segments yaitu sekelompok pelanggan yang menghasilkan pendapatan bagi suatu perusahaan dengan menyelesaikan transaksi pembelian suatu produk atau jasa. Pengelompokan pelanggan menurut target pasar suatu produk atau jasa. Beberapa kategori dalam customer segments yaitu niche market, diversified, multi-sided platform, mass market, segmented.

Revenue Streams yaitu pendapatan dari pelanggan yang melakukan transaksi pembelian dengan perusahaan. Pendapatan biasanya bervariasi menurut segmen pelanggan dan dapat dikategorikan ke dalam dua mekanisme diantaranya yaitu harga tetap (yang tidak berubah sesuai dengan variabel tetap) dan harga dinamis (harga berubah sesuai kondisi pasar) (Anggito & Fajar, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis dan merancang business model canvas (BMC) yang cocok untuk bisnis klinik PT X. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus yang bertujuan untuk mengidentifikasi informasi rinci mengenai situasi terkini, tantangan, dan peluang bisnis klinik PT X dalam kerangka BMC.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam Analisis dan Perancangan Business Model Canvas (BMC) pada Bisnis Klinik PT X yaitu

1. Melakukan Pengamatan

Pengamatan merupakan tahap awal yang sangat penting dalam analisis dan perancangan Business Model Canvas (BMC). Dalam konteks BMC, pengamatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis klinik, seperti segmen pelanggan, hubungan pelanggan, dan lain sebagainya. Pengamatan ini memberikan wawasan terperinci tentang cara kerja model bisnis klinik serta tantangan dan peluang yang mungkin ada di setiap aspek bisnis.

2. Pengumpulan Data

Setelah melakukan pengamatan, langkah selanjutnya adalah mengumpulkan data yang relevan untuk mengkaji setiap komponen dalam Business Model Canvas (BMC) yaitu Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationship, Revenue Stream, Key Resources, Key Activities, Key Partners, dan Cost Structure. Data ini memungkinkan untuk lebih memahami kondisi dan potensi bisnis klinik PT X. Misalnya bisa mendapatkan informasi tentang jenis layanan yang paling banyak diminta, sumber pendapatan utama, dan biaya yang terkait dengan menjalankan klinik. Pengumpulan data ini sangat penting untuk membangun landasan yang kuat dalam merancang bisnis yang tepat.

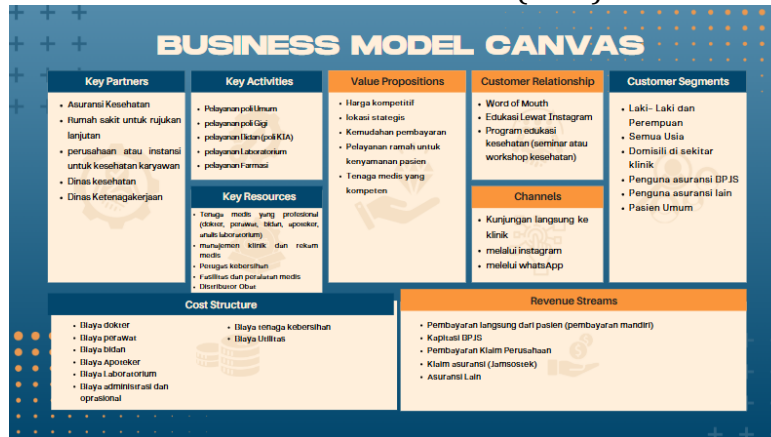
3. Menyusun dan Merancang Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menyusun atau mendesain data tersebut ke dalam format Business Model Canvas (BMC). Proses ini mencakup pemetaan data yang dikumpulkan ke sembilan komponen utama Business Model Canvas (BMC). Pada fase ini, data hasil pengamatan dan pengumpulan informasi

dianalisis dan dipetakan untuk menjelaskan bagaimana klinik PT X beroperasi dan menciptakan nilai. Misalnya, menganalisis aliran pendapatan dapat mengungkapkan apakah sebagian besar pendapatan berasal dari layanan atau paket layanan tertentu, dan struktur biaya dapat membantu memahami di mana pengeluaran dan efisiensi terbesar diperlukan. Pengumpulan data di BMC memberikan gambaran yang jelas tentang model bisnis klinik PT X dan membantu mengembangkan strategi yang lebih tepat sasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Business Model Canvas (BMC)



Berikut Hasil Analisis dan perancangan Business Model Canvas (MBC) Pada Bisnis Klinik PT X sebagai berikut

1. Key Partners

a. Asuransi kesehatan

Asuransi kesehatan menjadi salah satu rekan yang sangat penting untuk Klinik PT X karena berkontribusi pada operasional klinik dalam memberikan layanan medis kepada pasien. Melalui kerjasama ini, klinik mampu melayani pasien yang menggunakan asuransi untuk membiayai layanannya, seperti konsultasi, perawatan, atau tindakan medis lainnya. Ini memberikan keuntungan besar bagi pasien karena mereka tidak perlu mengeluarkan uang tunai dalam jumlah besar, sehingga mengurangi beban keuangan pasien.

b. Rumah sakit untuk rujukan lanjutan

Dalam keadaan tertentu, pasien yang memerlukan perawatan medis tambahan, prosedur khusus, atau fasilitas kesehatan yang lebih lengkap akan dirujuk ke rumah sakit yang menjadi mitra. Kerja sama ini menjamin bahwa pasien mendapatkan perawatan yang cocok dengan kondisi mereka, tanpa adanya hambatan dalam proses rujukan.

c. Perusahaan atau instansi untuk kesehatan karyawan

Kerjasama ini akan memungkinkan klinik untuk memberikan layanan kesehatan yang disesuaikan dengan kebutuhan karyawan PT X, termasuk pemeriksaan fisik rutin, perawatan, dan program kesehatan lainnya.

d. Dinas kesehatan

Sebagai lembaga pemerintah yang mengawasi sektor kesehatan, Pelayanan Medis membantu memastikan bahwa klinik telah mematuhi peraturan seperti penerapan protokol medis, perizinan dan pelaporan data kesehatan masyarakat.

e. Dinas ketenagakerjaan

Melalui kerjasama ini, klinik dapat berkontribusi pada berbagai program

kesehatan kerja, seperti melakukan pemeriksaan kesehatan karyawan secara berkala dan menangani kasus kecelakaan kerja.

2. Key activities

a. Pelayanan poli umum

Pelayanan poli umum menyediakan pemeriksaan kesehatan dasar, diagnosis, dan pengobatan untuk pasien dengan masalah kesehatan umum. Pelayanan ini meliputi konsultasi kesehatan, pemeriksaan kesehatan, dan perawatan lanjutan.

b. Pelayanan poli gigi

Pelayanan poli gigi memberikan pelayanan kesehatan gigi dan mulut seperti pemeriksaan rutin, pembersihan gigi, penambalan, pencabutan, dan tindakan pencegahan lainnya

c. Pelayanan bidan (poli KIA)

Pelayanan poli KIA pemeriksaan kehamilan, imunisasi anak, dan pelayanan kesehatan untuk menunjang tumbuh kembang anak.

d. Pelayanan Laboratorium

Pelayanan laboratorium menyediakan layanan Pemeriksaan darah, pemeriksaan urine, dan pemeriksaan lain yang diperlukan untuk menunjang diagnosis dokter.

e. Pelayanan Farmasi

Pelayanan farmasi memberikan obat sesuai resep dokter dan menjamin pengobatan pasien yang aman.

3. Key Resources

a. Tenaga medis yang profesional (dokter, bidan, perawat, apoteker, analis laboratorium)

Klinik PT X memiliki tenaga medis yang professional seperti dokter, bidan, perawat, apoteker dan analis laboratorium yang kompeten untuk memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas

b. Manajemen klinik dan rekam medis

Manajemen klinik dan rekam medis yang efisien termasuk manajemen klinik data pasien terintegrasi untuk mendukung diagnosis dan pengobatan.

c. Petugas kebersihan

Petugas kebersihan dan kenyamanan lingkungan klinik memiliki peran guna menciptakan suasana yang bersih dan nyaman bagi pasien

d. Fasilitas dan peralatan medis

Fasilitas yang baik dan peralatan medis berkualitas tinggi dapat mendukung tindakan medis sesuai standar kesehatan

e. Distributor obat

Penyedia obat-obatan terpercaya yang menjamin ketersediaan produk farmasi yang aman, terjamin mutunya, dan sesuai dengan kebutuhan pelayanan farmasi

4. Value Propositions

a. Harga kompetitif

Harga yang kompetitif akan lebih dipilih oleh pelanggan

b. Lokasi strategis

Klinik yang berlokasi di area yang strategis atau area dengan kepadatan penduduk tinggi dapat memudahkan pelanggan menjangkau layanan dengan lebih efisien.

c. Kemudahan pembayaran

Menyediakan berbagai metode pembayaran yang memberikan fleksibilitas

kepada pasien dalam menyelesaikan transaksi.

d. Pelayanan ramah untuk kenyamanan pasien

Staf klinik dilatih untuk memberikan pelayanan yang hangat, profesional terhadap kebutuhan pasien, menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan membuat pasien merasa dihargai.

e. Tenaga medis yang kompeten

Didukung oleh tenaga medis yang kompeten dapat menjamin kualitas dan kepercayaan pasien terhadap layanan yang diberikan.

5. Customer Relationship

a. Word of mouth

Strategi word of mouth menggunakan kepuasan pelanggan untuk menghasilkan referensi secara alami ke teman, keluarga, dan kolega. Pengalaman pelanggan yang positif adalah cara yang efektif untuk memperoleh pelanggan baru.

b. Edukasi melalui Instagram

Konten yang menarik seperti tips kesehatan, tutorial, atau penjelasan layanan membantu meningkatkan keterlibatan pelanggan sekaligus memperluas jangkauan pelanggan

c. Program edukasi kesehatan (Seminar atau workshop kesehatan)

Program ini membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan sekaligus memperkuat citra klinik sebagai penyedia layanan yang terpercaya

6. Chennels

a. Kunjungan langsung ke klinik

Kunjungan secara langsung dapat memberikan peluang untuk membangun hubungan personal yang lebih kuat dengan pelanggan

b. Melalui Instagram

Saluran yang dilakukan melalui instagram memungkinkan untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas dan berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan melalui pesan Direct Message (DM) atau komentar.

c. Melalui WhatsApp

Saluran melalui WhatsApp mempermudah interaksi dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang lebih suka berkomunikasi melalui aplikasi pesan.

7. Customer Segment

a. Laki-laki dan perempuan

Klinik PT X melayani kalangan laki-laki dan perempuan dengan berbagai kebutuhan medis

b. Semua usia

Klinik menyediakan layanan dengan berbagai kelompok usia mulai dari anak-anak hingga dewasa

c. Domisili di sekitar klinik

Pasien yang berdomisili di sekitar klinik PT X menjadi segmen utama karena lebih mudah mengakses layanan yang disediakan klinik

d. Pengguna asuransi BPJS

Klinik melayani pasien yang terdaftar dalam program BPJS kesehatan yang dapat memberikan layanan medis dengan ditanggung asuransi BPJS

e. Pengguna asuransi lain

Pasien yang menggunakan asuransi lain baik untuk layanan medis atau darurat dapat dilayani dengan baik oleh klinik PT X

f. Pasien umum

Klinik menyediakan layanan dengan biaya yang bisa dijangkau oleh pasien

yang memilih untuk membayar secara langsung

8. Revenue Streams

- a. Pembayaran langsung dari pasien (pembayaran mandiri)
Pendapatan yang didapat dari pasien yang membayar layanan secara langsung tanpa menggunakan asuransi lain
- b. Kapitasi BPJS
Pendapatan yang didapat dari BPJS yang dimana klinik menerima sejumlah uang tetap per pasien yang telah terdaftar dan tercover oleh BPJS kesehatan
- c. Pembayaran klaim perusahaan
Pendapatan yang diterima klinik dari perusahaan yang membayar biaya layanan medis karyawannya
- d. Klaim Asuransi (Jamsostek)
Pendapat yang diterima klinik dari klaim asuransi Jamsostek yang diperoleh dari membayar biaya perawatan kesehatan bagi pekerja atau anggota yang terdaftar di jamsostek
- e. Asuransi lain
Pendapat yang diperoleh dari klaim asuransi lain selain BPJS dan Jamsostek

9. Cost Structure

- a. Biaya dokter
Biaya yang dikeluarkan untuk membayar gaji atau honor yang memberikan pelayanan medis ke pasien
- b. Biaya perawat
Biaya untuk gaji atau honor perawat yang bertanggung jawab untuk merawat pasien
- c. Biaya bidan
Biaya untuk membayar gaji bidan yang memberikan layanan kesehatan terkait ibu dan anak, seperti pemeriksaan kehamilan dan persalinan
- d. Biaya apoteker
Biaya untuk gaji atau honor apoteker yang bertanggung jawab dalam mengelola obat-obatan yang diresepkan oleh dokter
- e. Biaya laboratorium
Biaya yang dikeluarkan untuk penggunaan fasilitas laboratorium medis, termasuk biaya tes laboratorium yang dilakukan untuk mendiagnosis kondisi kesehatan pasien
- f. Biaya administrasi dan oprasional
Biaya yang berkaitan dengan pengelolaan administrasi klinik, seperti penggajian staf administrasi, biaya manajemen, perawatan sistem informasi, serta biaya operasional lainnya yang mendukung kelancaran layanan klinik
- g. Biaya tenaga kebersihan
Biaya yang dikeluarkan untuk membayar staf kebersihan yang bertanggung jawab menjaga kebersihan ruang klinik agar tetap bersih dan nyaman
- h. Biaya utilitas
Biaya yang terkait dengan penggunaan fasilitas dasar seperti listrik, air, pendingin ruangan, dan kebutuhan utilitas lainnya yang mendukung kelancaran operasional klinik.

KESIMPULAN

Kesimpulan pembuatan pemodelan bisnis Klinik PT X dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC) merupakan salah satu wadah perencanaan yang efektif untuk suatu bisnis klinik yang sedang dijalankan dengan membuat 9 elemen-elemen yang ada di business model canvas (BMC) yaitu key partners, key activities, key resources, value propositions, customer relationship, channels, customer segments, revenue streams dan cost structure.

Semua elemen–elemen yang ada di business model canvas (BMC) mempunyai panduan yang jelas. Proposisi nilai dan peningkatan kualitas layanan menjadi poin penting dalam persaingan di dunia bisnis terutama dalam dunis bisnis kesehatan. Bekerjasama dengan mitra-mitra medis dan industri seperti asuransi kesehatan, rumah sakit untuk rujukan lanjutan, perusahaan atau instansi untuk kesehatan karyawan, hal tersebut juga merupakan salah satu perencanaan yang masuk dalam perencanaan pemodelan bisnis dalam Business Model Canvas (BMC). Hal tersebut dapat membuat bertambahnya jaringan dan hal tersebut sangat penting untuk konsumen yang ada di Klinik PT X.

Perencanaan dan pembuatan bisnis klinik di PT X diharapkan dapat menjadikan peningkatan kinerja bisnis klinik dalam waktu panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, N., & Fajar, A. N. (2023). Perancangan Model Bisnis Perubahan Swab Aja Menjadi Klinik Menggunakan Metode Bisnis Model Kanvas. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 1262–1267. <https://doi.org/10.37034/infv5i4.688>
- Hidayati, I. Y., Mukhammad, B., & Akbar, B. (2019). Strategi Pengembangan Bisnis Klinik- Q Medical dan Dental melalui Pendekatan Sustainable Development Goals. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen*, 3(1), 1–10.
- Humami, A., Husein, M. H., Ramadhan, R., Maryati, S., & Bangsa, U. B. (2021). Etika bisnis persaingan industri pelayanan kesehatan. 376–387.
- Tristiyanto, T., Irawati, A. R., Muludi, K., & Setyoko, T. W. (2020). Pemodelan Bisnis Dengan Implementasi Customer Development Model Pada M-Business Startup Terampil. *Jurnal Teknoinfo*, 14(2), 106. <https://doi.org/10.33365/jti.v14i2.672>.