

## ABSTRAK

Jumlah pengidap kanker di Indonesia bertambah setiap tahunnya, namun hanya sedikit rumah sakit yang memiliki layanan pemeriksaan *tumor marker* dan pengobatan dengan radioterapi sehingga menghambat penanganan pasien penderita kanker. Dalam rangka mengatasi distribusi pelayanan kanker yang tidak merata, Ciputra Hospital mengembangkan unit pelayanan kanker namun informasi terkait layanan-layanan mereka masih belum diketahui oleh masyarakat sehingga tidak dapat bersaing dengan rumah sakit di sekitarnya. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi proses penyampaian nilai Unit Pelayanan Kanker tidak berjalan optimal kepada masyarakat dan menentukan strategi bersaing yang bertujuan menciptakan keunggulan kompetitif untuk meningkatkan pangsa pasar bagi Unit Pelayanan Kanker Ciputra Hospital.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif. Data primer melalui wawancara manajemen perusahaan dan komunitas kanker, sedangkan data sekunder diperoleh dari Laporan Rapat Kerja Tahunan. Metode analisis dilandaskan pada analisis faktor internal dan eksternal dengan pendekatan analisis Proses Penyampaian Nilai dan Matriks TOWS untuk membantu manajemen mengembangkan semua faktor yang terlibat dalam merumuskan strategi bersaing.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Unit Pelayanan Kanker Ciputra Hospital memiliki kekuatan pada *capital* perusahaan. Namun, kelemahannya adalah ketiadaan layanan radioterapi dan ketiadaan kerja sama dengan BPJS Kesehatan pada tindakan pengobatan kanker. Strategi bersaing yang tepat adalah mengembangkan layanan *biomarker*, pengadaan PET/CT Scan dan *Linear Accelerator* (Linac), menciptakan inovasi pengobatan alternatif berbasis penelitian serta mengembangkan paket holistik dari tahap diagnosa awal (*pre-diagnostic*) hingga tahap pasca pengobatan (*post-therapy*).

**Kata Kunci: Kanker, Rumah Sakit Kanker, Ciputra Hospital, Proses Penyampaian Nilai, Matriks TOWS**

## ABSTRACT

The number of cancer patients in Indonesia is increasing every year, but only a few hospitals have tumor marker examination services and radiotherapy treatment, which hinders the treatment of cancer patients. To overcome the inequality of cancer services, Ciputra Hospital has developed a Cancer Center, but information about its services is still not known to the public so that it cannot compete with surrounding hospitals. This study aims to analyze the factors that influence the process of delivering the value of the Ciputra Hospital Cancer Center that is not running optimally to the public and determine competitive strategies that aim to create competitive advantage in order to increase the market share of the Ciputra Hospital Cancer Center.

This research uses descriptive qualitative method. Primary data was obtained through interviews with company management and the cancer community, while secondary data was obtained from the Annual Report. The analytical method is based on an analysis of internal and external factors using the Value Delivering Process and TOWS Matrix analysis approaches to assist management in developing all the factors involved in formulating a competitive strategy.

The results of this study concluded that the Ciputra Hospital Cancer Center has strength in company's capital. However, the weakness is that there is no radiotherapy service and there is no collaboration with BPJS Kesehatan in treating cancer. The right competitive strategy is to develop biomarker services, procure PET/CT Scans and Linear Accelerator (Linac), create research-based alternative medicine innovations and develop holistic packages from the initial diagnosis stage (pre-diagnostic) to the post-treatment stage (post-therapy).

**Keywords: Cancer, Cancer Hospital, Ciputra Hospital, Value Delivering Process, TOWS Matrix**