

## INTISARI

Industri layanan kesehatan menjadi salah satu industri yang mengalami pertumbuhan cukup signifikan. Saat ini semakin banyak perusahaan yang mengembangkan lini bisnisnya dengan melirik bidang industri tersebut. Dengan diperkirakan pada tahun 2018 total belanja kesehatan di Indonesia mencapai Rp. 696, 9 triliun , maka kesempatan bagi para pelaku bisnis akan terbuka luas untuk meraih pasar tersebut.

PT. Fajar Farmatama (FFT) merupakan salah satu perusahaan layanan kesehatan yang berusaha bersaing mendapatkan sebagian dari porsi pendapatan belanja kesehatan tersebut. Persaingan yang cukup keras di industri layanan kesehatan karena sebagian besar perusahaan yang terlibat didalamnya memiliki jaringan yang kuat serta kapital yang besar sebagai pendukung fasilitas pelayanan yang tercanggih.

*Blue Ocean Strategy* bertujuan untuk menciptakan suatu inovasi nilai bagi FFT dan konsumennya sebagai kekuatan utama FFT dalam persaingan di lautan merah industri layanan kesehatan. Inovasi nilai yang berdasarkan proposisi nilai yang diharapkan dan berkembang di masyarakat sebagai konsumen, dirancang untuk menjadi suatu keunggulan bersaing bagi FFT.

Kata Kunci : Layanan Kesehatan, Proposisi Nilai, Inovasi Nilai, *Blue Ocean Strategy*, *Strategic Canvas*, *Four-Action Framework*, *ERRC Grid*, *Sequence of Blue Ocean Strategy*.

## ABSTRACT

*Healthcare industry has become one of the most growing industry in Indonesia. Nowadays more and more companies are expanding their line of business into healthcare industry. In 2018 the total estimation on healthcare expenditure in Indonesia is approximately Rp. 696,9 billion. Therefore it opens a wide opportunity for every company to grab that market.*

*PT. Fajar Farmatama (FFT) is one of healthcare company that struggling to get the some pieces of those healthcare expenditure. A very tough competition in healthcare industry were caused by most of the company who involved in the competition already had a strong network and a huge amount of capital as the support to having the most sophisticated facility and equipment.*

*Blue Ocean Strategy were meant to create a value innovation for FFT and its consumer for being the main strength of FFT in red ocean healthcare industry's competition. Value innovation based on Value Proposition that being expected and growth in market opinion as the consumer, are designed to be a competitive advantage for FFT.*

*Keywords : Healthcare, Value Proposition, Value Innovation, Blue Ocean Strategy, Strategic Canvas, Four-Action Framework, ERRC Grid, Sequence of Blue Ocean Strategy.*