



INTISARI

Penelitian ini memiliki tujuan utama yaitu membuat pengembangan model bisnis PT. Sterindo Medika yang telah berdiri sejak tahun 2013 dan memakai pendekatan kanvas model bisnis yang tergambar dalam komponen sembilan blok bangunan yaitu Segmentasi Pelanggan, Proposisi Nilai, Saluran, Hubungan Pelanggan, Arus Pendapatan, Sumber Daya Kunci, Aktifitas Kunci, Mitra Kunci dan Struktur Biaya. Analisa mengenai model bisnis PT. Sterindo Medika ini dipadukan dengan hasil analisa tentang persepsi pelanggan yang didapatkan melalui kegiatan diskusi grup terarah dan analisa peta empati yang terdiri dari: Apa Yang Pelanggan Lihat?, Apa Yang Pelanggan Dengar?, Apa Yang Pelanggan Pikir dan Rasakan?, Apa Yang Pelanggan Ucapkan dan Lakukan?, Apa Yang Pelanggan Takutkan?, Apa Yang Pelanggan Inginkan?. Analisis tentang persepsi pelanggan yang di dapat melalui peta empati ini selanjutnya menjadi pedoman utama dalam merumuskan pengembangan model bisnis PT. Sterindo Medika ke depan.

Berdasarkan analisa dari kegiatan diskusi kelompok terarah terhadap 6 orang responden pensiunan tenaga Pengendali dan Pencegahan Infeksi (PPI) di Rumah Sakit, didapatkan konsep pengembangan model bisnis PT. Sterindo Medika pada Mitra Kunci, Arus Pendapatan dan Struktur Biaya. Proses mengajak tenaga pensiunan PPI untuk tetap aktif dalam memberikan pelatihan tentang pencegahan dan pengendalian infeksi kepada team PPI di Rumah Sakit seluruh Indonesia memerlukan konsistensi dan tindak lanjut yang terus menerus.

Kata kunci: *PT. Sterindo Medika, Model Bisnis, Kanvas Model Bisnis, Peta Empati, PPI*



ABSTRACT

This research has the main objective of making the development of business model PT. Sterindo Medika which has been established since 2013, and using the business model canvas approach that illustrated in nine component building blocks are Customer Segmentation, Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partners and Cost Structure. The analysis of business model PT. Sterindo Medika is combined with the results of an analysis customer perceptions, obtained through focus group discussion and empathy map analysis consisting of: What is Customer See ?, What is Customer Hear ?, What is Customer Think and Feel ?, What is Customer Say and Do ?, What is the Customer Afraid of ?, What Does the Customer Want ?. The analysis of customer perceptions it can through this empathy map then becomes the main guidance in formulating the development of business model of PT. Sterindo Medika in the future.

Based on the analysis of focus group discussion activities on 6 respondents of retired personnel Controlling and Prevention of Infection (PPI) in the Hospital, then obtained the concept of business model development PT. Sterindo Medika on Key Partners, Revenue Streams and Cost Structure. The process of inviting PPI retirees to remain active in providing training on infection prevention and control to the PPI team at Hospitals throughout Indonesia requires consistency and continuous follow-up.

Keywords: PT. Sterindo Medika, Business Model, Canvas Business Model, Empathy Map, PPI