

ABSTRAK

Industri kesehatan merupakan industri yang memiliki pengaruh besar, karena bersangkutan langsung terhadap kesejahteraan hidup masyarakat. Dengan didorong oleh berbagai faktor seperti kesadaran masyarakat terhadap kesehatan serta dukungan program jaminan kesehatan nasional, industri kesehatan telah mengalami perkembangan yang pesat. Perkembangan ini disertai dengan penambahan jumlah unit kesehatan, sehingga berdampak pada persaingan bisnis yang semakin ketat di tengah industri kesehatan. Rumah Sakit Melinda Cardio Vascular Center merupakan rumah sakit yang didirikan khusus untuk menangani penyakit jantung dan pembuluh darah. Indikator pelayanan yang dicapai oleh Rumah Sakit Melinda Cardio Vascular Center masih berada di bawah standar Kemenkes, menunjukkan adanya kekurangan dalam pemanfaatan mutu serta *value* yang selanjutnya berdampak pada tingkat daya saing serta kemampuan dalam menghadapi persaingan dalam industri kesehatan yang semakin ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk merekomendasikan strategi baru bagi Rumah Sakit Melinda Cardio Vascular Center sekaligus mengidentifikasi keunggulan bersaing untuk menghadapi persaingan. Penyusunan strategi dilakukan dengan memanfaatkan *Business model canvas* (BMC) serta matriks SWOT. Metode penelitian yang diterapkan adalah dengan pendekatan kualitatif serta metode analisis deskriptif. Teknik pengambilan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan pengumpulan data sekunder. Narasumber yang terlibat adalah sebanyak 4 (empat) orang. Uji kredibilitas yang digunakan adalah uji triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan *Business Model Canvas* (BMC) eksisting mencakup segmentasi pelanggan, berfokus dalam memberikan pelayanan prioritas, serta mendekati pelanggan melalui *event*. Berdasarkan matriks SWOT, strategi yang dirancang mencakup menonjolkan *value* prioritas dan asuransi pribadi dalam pemasaran, memanfaatkan sistem informasi dan kerja sama dengan pihak eksternal dalam pelatihan sumber daya manusia, melakukan kolaborasi dengan *influencer* dan media lain untuk jangkauan informasi yang lebih luas, serta menciptakan program loyalitas seperti kartu *membership*. Berdasarkan *Business Model Canvas* (BMC) eksisting dan strategi-strategi tersebut, direkomendasikan *Business Model Canvas* (BMC) baru yang menekankan fokus pada segmen pelanggan, kerja sama dengan *influencer*, media, dan trainer eksternal, serta menciptakan program loyalitas kartu *membership* untuk meningkatkan mutu pelayanan serta daya saing rumah sakit.

Kata Kunci: Rumah Sakit Khusus Jantung, *Business model canvas* (BMC), Matriks SWOT