

RINGKASAN EKSEKUTIF

Peningkatan derajat kesehatan masyarakat ditempuh dengan pola promotif dan preventif dapat mengurangi tingginya angka kematian yang diakibatkan oleh penyakit kanker yang juga menjadi penyakit pembunuh nomor 1 di dunia. Pengguna layanan yang terlayani oleh layanan kesehatan yang mengkhususkan pada bidang pengobatan kanker yang sebagian besar menangani masyarakat yang telah mengidap penyakit kanker baik stadium awal ataupun stadium akhir. Kegiatan promotif dan preventif akan lebih banyak menjangkau pengguna layanan yang sehat dan yang belum terdeteksi terkena penyakit kanker.

Strategi fokus diferensiasi dirasakan lebih menguntungkan dengan mempertimbangkan besarnya nilai investasi yang ditanamkan serta karakteristik produk layanan kesehatan bergerak dengan biaya operasional yang relatif tinggi. Diferensiasi produk layanan kesehatan yang ditawarkan oleh PT. Anggradinita Mulia tercermin dalam karakteristik model layanan dengan mendatangi pengguna layanan melalui produk layanan kesehatan bergerak (*mobile clinic*) berupa layanan pemeriksaan dini kanker payudara dan kanker mulut rahim. Layanan ini diselenggarakan secara profesional oleh tenaga kesehatan yang berkualitas dengan peralatan kesehatan yang selalu terawat dan siap pakai didukung oleh jaringan kerjasama (*network*) dengan berbagai rumah sakit rujukan serta institusi penelitian untuk pengembangan metode penanggulangan kanker payudara dan kanker mulut rahim. Diferensiasi seperti sudah disebutkan diatas diyakini mampu menjadi keunggulan bersaing PT. Anggradinita Mulia untuk bertahan, bertumbuh dan berkembang dikalahkan persaingan dalam industri jasa layanan kesehatan di Indonesia.

Fungsi Operasi menerapkan strategi yang berfokus pada *competitive priority* seperti kualitas, ketepatan waktu, dan kepercayaan pengguna layanan sebagai keunggulan bersaing perusahaan serta beretika dimana PT. Anggradinita Mulia memberikan layanan yang bergerak pada jasa medis. Kualitas, ketepatan waktu dan terpercaya diharapkan dapat

memberikan kepuasan bagi pengguna layanan kesehatan bergerak atas jasa layanan kesehatan yang ditawarkan dan pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pengguna layanan dan meningkatkan nilai-nilai perusahaan. Disisi lain perusahaan harus dapat menghasilkan layanan kesehatan yang efisien dalam lingkungan kerja yang dinamis dan inovatif guna menjamin tercapainya tingkat keuntungan perusahaan yang ditetapkan.

Strategi SDM PT. Anggradinita Mulia adalah fokus diferensiasi yang mengedepankan faktor diferensiasi sebagai daya saing perusahaan. Strategi SDM ini menonjolkan nilai-nilai yang membedakan karyawan-karyawan PT. Anggradinita Mulia dengan perusahaan lain. Nilai POWER menjadi nama tim dan branding dari PT. Anggradinita Mulia.

Fungsi Keuangan menggunakan modal sendiri sampai dengan tahun ke (lima). Berdasarkan perhitungan kelayakan bisnis, dengan modal disetor sebesar Rp18 milyar, pemegang saham akan mendapatkan pengembalian modalnya pada tahun ke 4 (empat) dengan rata-rata ROE diatas 25% (dua puluh lima persen), dan dengan kebijakan dividen minimum sebesar 20% (dua puluh persen) mulai ditahun ketiga.

