

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pembangunan di Indonesia belum dapat dikatakan berhasil bila mengingat tingginya angka kematian ibu (AKI) jika dibandingkan dengan negara lainnya di Asia Tenggara. Angka kematian ibu di Indonesia mencapai 228 per 100.000 kelahiran hidup dan Angka kematian bayi di Indonesia mencapai 34 per 10.000 kelahiran hidup. Penyebab utama kematian ibu sendiri adalah komplikasi persalinan, persalinan yang dilakukan oleh tenaga kesehatan yang kurang kompeten, dan nifas yang tidak tertangani dengan baik dan tepat waktu.

Rumah Sehat MAJA berusaha menjawab permasalahan ini dengan menyediakan layanan kesehatan ibu dan anak dengan aksesibilitas tinggi bagi para kastemer, harga terjangkau, serta kualitas layanan dengan sentuhan kekeluargaan. Pemilihan Bogor didasarkan pada masih tingginya angka kematian ibu dan anak di daerah ini. Selain itu, banyaknya jumlah penduduk dan cepatnya laju pertumbuhan penduduk yang tidak seiring dengan pertumbuhan fasilitas kesehatan. Bogor merupakan pangsa pasar yang potensial bagi Rumah Sehat MAJA. Rumah Sehat MAJA memiliki strategi *focus cost* untuk bersaing dengan kompetitor lain.

Pemasaran

Terdapat empat tujuan utama kegiatan pemasaran Rumah Sehat MAJA yaitu menciptakan brand awareness Rumah Sehat MAJA, melakukan kegiatan pemasaran yang dapat menciptakan sales building, membangun loyalitas kastemer, dan memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya kesehatan. Rumah Sehat MAJA memiliki target utama Wanita usia subur (15 – 49 tahun) dengan SES C dan D. Kegiatan pemasaran dilakukan sesuai karakteristik target kastemer, dengan pendekatan personal melalui rekan MAJA dan komunitas MAJA. Rumah sehat MAJA melakukan berbagai kegiatan *Customer Relationship Management* kepada para kastemer dan *strategic partner*.

Operasional

Departemen operasi akan menyediakan layanan para kastemer secara efektif dan efisien. Prioritas utama dari strategi operasi terletak pada biaya, dimana biaya operasional diminimasi dengan menerapkan prinsip economic of scale namun tetap memberikan kualitas layanan sesuai daengan standar. Penjadwalan, penerapan SOP, dan *continuos improvement* menjadi kunci dalam mewujudkan operasional yang efektif dan efisien. Rumah Sehat MAJA didirikan di Jl Lawang Gintung No 23 Bogor dan layanan MAJA Keliling akan beroperasi di seluruh kelurahan di Bogor.

Sumber Daya Manusia

Departemen sumber daya manusia akan memastikan organisasi mampu untuk mencapai tujuannya dengan memiliki sumber daya yang berkualitas dengan merekrut, mengembangkan, memotivasi serta mengevaluasi keseluruhan sumber daya manusia. Menyadari jika karyawan adalah sumber daya yang berharga bagi perusahaan, perusahaan berusaha menciptakan tempat kerja yang ideal bagi karyawan dengan suasana kerja yang nyaman dan hangat, kompensasi dan benefit yang sesuai serta menerapkan *employee retention* bagi karyawan.

Keuangan

Departemen keuangan akan bekerja sama dengan departemen operasi, pemasaran, dan sumber daya manusia untuk memaksimalkan nilai dari pemegang saham serta meningkatkan nilai dan mencapai target perusahaan. Melalui analisa keuangan dapat diketahui jika Rumah Sehat MAJA memiliki *net present value* yang positif (Rp. 18,9 Milyar) dan MIRR sebesar 27%. Nilai MIRR ini lebih tinggi dibandingkan dengan biaya modal Rumah Sehat MAJA yaitu sebesar 16.8% dalam skenario *most likely*. Hasil dari analisa keuangan ini mengindikasikan bahwa Rumah Sehat MAJA memiliki fisibilitas untuk dikembangkan.

Executive Summary

Development in Indonesia was not considered as successful, given the high maternal mortality rate in Indonesia compared to other countries in Southeast Asia. Maternal mortality rate in Indonesia has reached 228 per 100,000 births and Under-Five Mortality Rate has reached 34 per 10,000 births. The main causes of maternal death itself are; complication, less competent workers helped the delivery, and delivery is not handled properly and/or on time.

Rumah Sehat MAJA aimed to answer these problems by providing accessible, affordable health care service for mother and child, and also quality of service with friendly and warm service from medical workers and other support personnel. Bogor is selected due to the high infant and maternal mortality rates in this area. In addition, the large number of population and the rapid rate of population growth were not keeping pace with the growth of health facilities in this city. Therefore Bogor could be seen as a huge potential market for Rumah Sehat MAJA. In accordance to the existing problems, Rumah Sehat MAJA will be operating with a focus cost strategy to compete with its other competitors.

Marketing

There are 4 main objectives of Rumah Sehat MAJA marketing strategy, which are building brand awareness for Rumah Sehat MAJA, to create a sales oriented marketing activities, building consumer loyalty as well as providing education about the importance of health care to people. Rumah Sehat Maja's main target is productive female ages 15 – 49 year old with SES C and D. Marketing activities will be conducted based on the targeted consumer characteristics by having a personalized approach through Rekan MAJA and community. Rumah Sehat MAJA will also conduct several consumer relationship management (CRM) activities with its consumers and strategic partners.

Operation

MAJA operations department is aiming to provide an effective and efficient services for its consumer. The main priority of the operational strategy lies in the cost efficiency, where operating costs is being minimized by applying the principle of economic of scale, at the same time, providing a standardized high quality service. The application of efficient scheduling mechanism, SOP implementation and continuous improvement are the keys in creating the effective and efficient hospital operation. Rumah Sehat MAJA will be located on Jl Maja Gintung Lawang No 23 Bogor and MAJA mobile services will be operated in all districts in Bogor.

Human Resource

Human resources department objective is to ensure the organization is capable in achieving its goals and objectives through qualified human resources recruitment, as well as development, giving right motivations and thorough evaluation on the overall human resources. Knowing that employees are a valuable resource for the company, the company seeks to create an ideal workplace for employees with a comfortable and warm working atmosphere, appropriate compensation and benefits scheme as well as implementation of Employee Retention program for its employees.

Finance

Finance department will collaborate with other departments such as operations, marketing, and human resources to achieve a maximum shareholder value, retain and improve the company growth, by designing the short term and long term financial targets. Through the financial analysis we could see that Rumah Sehat MAJA will hold a positive net present value (U.S. \$ 18,9 billion) and the MIRR of 27%. MIRR value is higher than the cost of capital of Rumah Sehat MAJA which is 16.8% in the most likely scenario. Result of the financial analysis indicates that Rumah Sehat MAJA is feasible to be further develop.