**Rencana Bisnis Pendirian Perusahaan Baru (Corporate Business Plan)**

**Ditulis oleh :**

**Rian Irawan Hariadi**

**Perusahaan :**

**MEDICREC**

**Ringkasan Eksekutif**

PROFESI MEDIS adalah sebuah jasa layanan online dengan Website beralamatkan di [www.profesimedis.com](http://www.profesimedis.com) , rencana dilaunching pada akhir bulan Desember tahun 2016 , profesimedis.com adalah Situs Medical Jobs Network terbesar di Asia.

Website profesimedis.com didirikan sebagai jawaban atas pesatnya pertumbuhan teknologi informasi serta telekomunikasi dan menjawab permasalahan tenaga medis di indonesia akan kebutuhan teknologi informasi. Hingga saat inipun kami masih terus mengembangkan kompetensi dalam produk dan layanan lain sebagai solusi yang dibutuhkan oleh Rumah Sakit, Klinik, dan tenaga medis

Untuk menopangi segala kegiatan itu, dalam waktu ke depan dirasa diperlukan sebuah perusahaan badan hukum untuk memayungi usaha dari website profesimedis.com, dan perusahaan tersebut bergerak dalam bidan jasa informatika dan kesehatan.

**Dasar Pendirian Perusahaan**

MEDICREC didirikan sebagai payung usaha dari profesimedis.com untuk melindungi Hak Cipta, patent, pemasaran, akuntansi dan ijin operasional. Disamping itu MEDICREC juga sebagai wadah untuk pengembangan produk-produk selanjutnya dalam bidang perpaduan I.T. dan Kesehatan.

**Struktur & Pendiri Perusahaan MEDICREC**

**Founder (Pemilik & Pendiri Perusahaan):**

* Rian Irawan Hariadi **(Founder and CEO)**
* dr. Felya Sandra Pramitha Effendi **(Co-Founder)**

**Visi dan Misi Perusahaan**

**Visi :**

“Perusahaan Medis berbasiskan I.T. (I.T. - Medical Company) terbesar di Asia. Menjadi trendsetter / icon untuk kolaborasi industri kesehatan dan I.T.“

**Misi :**

“sebagai perpaduan antara bisnis kesehatan dan Teknologi Informasi dan menjadi link penghubung atau media informasi untuk semua kalangan medis di Indonesia”

**4 Lini Bidang Usaha MEDICREC:**

Medicrec bergerak di 4 bidang lini utama:

**(1)** Pengembangan aplikasi kesehatan berbasis web dan mobile,

**(2)** Perangkat lunak manajemen rumah sakit berbasis desktop dan web (Hospital ERP software, website rumah sakit, dll), dan

**(3)** Pengiriman/pengolahan data kesehatan terutama data gambar (Medical Image Processing).

**(4)** Klinik / Rumah Sakit dan pelayanan kesehatan lainnya.

**PROYEK Website profesimedis.com**

Profesimedis.com adalah salah satu lini bisnis Medicrec, memiliki visi menjadi Medical-Social Media Apps TERBESAR di Indonesia, dengan misi menghubungkan para profesional medis dan berbagai instasi medis untuk berbagai keperluan, di antaranya mencari kerja, informasi seminar, event dan pelatihan.

atas dasar adanya banyak peluang yang menguntungkan dan berkesinambungan dalam Tenaga medis yang ada di dunia terutama di Asia sendiri. kurangnya data informasi terkini lowongan kerja dan karir dunia medis merupakan jawaban yang diberikan PROFESI MEDIS INDONESIA untuk para dokter maupun rumah sakit. Produk maupun layanan yang ada, akan selalu mengalami perubahan, penambahan dan penyesuaian berdasarkan kebutuhan pasar, termasuk juga pada pertimbangan aspek keuntungan yang akan didapatkan.

**Tujuan dan Peluang Pendirian Usaha**

1. Merupakan solusi untuk menjawab kebutuhan media informasi online, aplikasi manajemen rumah sakit, dan jasa informatika medis untuk semua kalangan profesi medis.

2. Dari produk layanan tersebut di atas, maka presentasi dari gross margin yang bisa ditargetkan atau diperoleh personal per paket yaitu FREMIUM (free dan Premium). Keanggotan gratis memiliki fitu terbatas dibandingnkan yang berbayar (Premium dan Ekslusif). Diperkirakan Margin sebesar 25%

3. Dari produk layanan tersebut di atas, maka presentasi dari gross margin yang bisa ditargetkan atau diperoleh perusahaan per paket yaitu FREMIUM (free dan Premium). Keanggotan gratis memiliki fitu terbatas dibandingnkan yang berbayar (Premium dan Ekslusif). Diperkirakan Margin sebesar 25%

4. Gross margin per bulan sebesar 20% sampai sebesar 30% untuk akun tersebut

**Ancaman Peluang Pendirian Perusahaan**

1. Regulasi kedokteran di Indonesia yang belum pasti
2. Kurangnya SDM di dalam perusahaan
3. Kurangnya modal didalam perusahaan

**Perencanaan Produk**

Berbagai Akun berbayar yang direncanakan antara lain sebagai berikut :

1. **Free Account** memiliki beberapa fitur didalamnya seperti : member bisa melamar pekerjaan dan bisa membuat profile di profesi medis, bisa memasang dua buah foto.
2. **Premium Account** memiliki beberapa fitur didalamnya seperti : member bisa melamar pekerjaan dan bisa membuat profile, bisa memasang dua buah foto, bisa mengupload dokumen, bisa mempromosikan dirinya, dan dilengkapi dengan Search Engine Optimization. Harga yang diberikan untuk premium account adalah : ~~Rp.800.000/1tahun~~ Rp.400.000/tahun
3. **Ekslusif Account** memiliki beberapa fitur didalamnya seperti : member bisa melamar pekerjaan dan bisa membuat profile, bisa memasang dua buah foto, bisa memiliki landing page sendiri, bisa mengupload dokumen, bisa mempromosikan dirinya sebagai dokter, memiliki fitur blok sendiri, memiliki fitur jadwal prakter sendiri, memiliki virtual clinic. Harga yang diberikan untuk premium account adalah : ~~Rp.1.3000.000/1tahun~~ Rp.650.000/tahun

Berbagai Akun berbayar yang direncanakan untuk perusahaan antara lain sebagai berikut :

1. **Coorporate account** memiliki beberapa fitur didalamnya seperti : memiliki landing page coorporate Hospital yang terdiri dari fitur company profile, produk / fasilitas, tenaga SDM, Pemesanan Antrian, software manajemen rumah sakit (opsional). Harga yang diberikan untuk Coorporate account adalah : ~~Rp.12.000.000/1tahun~~ Rp.6.000.000/

Lebih lanjut tentang Akun berbayar bisa dilihat di presentasi\_profesimedis (file HTML).

**Penghasilan Lain:**

**Penjualan Software Manajemen Medis (tambahan)** memiliki beberapa fitur didalamnya seperti :Hospital Management (Hospital ERP), Pengolahan Data Kesehatan (Medical Data Processing). Hubungi untuk lebih lanjut.

**Angka Unik Pemesanan Jadwal Praktek** – Pemesanan jadwal dokter harus disertai membayar DP, Profesimedis.com bisa mendapatkan margin dari ‘angka unik transferan’ DP.

**Perencanaan Produk**

Kesemua produk jasa/layanan tersebut di atas merupakan produk-produk yang saling berhubungan, dapat dikombinasikan dan bisa saling melengkapi Sehingga produk jasa/layanan tersebut di atas dapat dijual secara bersamaan dengan target pelanggan yang sama.

**Riset dan Pengembangan**

Riset dan pengembangan produk akan diprioritaskan dalam bidang Teknologi Informasi, dengan membuat fitur-fitur baru dan pemeliharaan untuk profesimedis.com , juga denganmengembangkan teknologi terapan dari algoritma pemrograman yang dipakai, termasuk di dalamnya Algoritma RIFEL.

**Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar**

1. Rencana Penjualan adalah rencana produk yang akan dijual dalam waktu 1 tahun disesuaikan dengan kondisi permintaan dan penawaran.
2. Pangsa Pasar adalah bagian dari penjualan produk kita dibandingkan dengan penjualan total produk sejenis,rinciannya sebagai berikut :

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tahun** | **Permintaan**  **(A)** | **Penawaran**  **(B)** | **Peluang**  **(C=A-B)** | **Rencana Penjualan** | **Pangsa Pasar**  **(E=DX100%/C)** |
| **2017** | 10 M | 5 M | 5 M | 5 M | 40% |
| **2018** | 20 M | 10 M | 10 M | 15 M | 40% |
| **2019** | 35 M | 20 M | 15 M | 20 M | 40% |

**Strategi Pemasaran Perusahaan**

Strategi Pemasaran Perusahaan dilakukan berdasarkan analisa 7 P dengan alat analisis SWOT menurut Kottler yang terdiri atas :

1.**Product**

Strategi mengenai bagaimana produk usaha kita dapat menarik hati konsumen untuk membelinya / memakainya. Produk ondemands kita dapat dibedakan berdasarkan mutu / kualitas, ukuran, desain, kemasan, dan kegunaan lebih dibandingkan pesaing. Produk kita merupakan produk yang belum dibuat oleh orang lain, produk pertama di indonesia, dan Produk terbaik dari perusahaan.

**2. Price**

Pada Strategi ini mengenai bagaimana produk kita lebih menarik konsumen dari segi harga dibandingkan pesaing. Umumnya klien lebih tertarik kepada produk dengan harga yang lebih murah. Selainnya itu dari segi harga kita juga lebih baik dari segi kualitas.

**3.Promotion**

Strategi mengenai bagaimana produk kita dapat dikenal oleh konsumen melalui beberapa cara :

• **Advertising (Iklan)** Beriklan dapat dilakukan melalui media berikut :

Media pemasaran lebih ditekankan kepada media internet dan layanan aplikasi mobile, dengan sistem SEO sehingga mudah diakses oleh banyak orang.

• **Sales Promotion** Promosi melalui acara / pameran yang digelar di tempat keramaian dimana konsumen produk berada dan juga dilakukan penjualan ditempat.

• **Personal Selling** Promosi melalui penjualan langsung ke tempat konsumen berada dengan menawarkan dan mencoba produk langsung.

• **Public Relation** Cara promosi ini cenderung untuk membuat image perusahaan baik dimata konsumen bukan mempromosikan produk secara langsung. Umumnya dilakukan oleh perusahaan besar.

**Strategi Pemasaran Perusahaan**

**4.Placement**

Merupakan cara untuk mendistribusikan produk kita untuk sampai ke tangan klien. Sistem distribusi yang dilakukan dapat secara langsung ke klien atau melalui pedagang perantara seperti wholesaler (pedagang besar) atau retailer (pedagang kecil) dengan model partnership atau kemitraan.

5. **People**

Merupakan kriteria sumber daya manusia secara umum yang dapat meningkatkan penjualan produk ke konsumen secara langsung ataupun tidak langsung, yakni dengan memilih personil yang berpengetahuan luas dalam bidang ICT, internet, infrastruktur ICT, project management maupun account maangement.

6. **Process**

Proses yang ditampilkan kepada klien agar klien tertarik untuk membeli. Proses yang dapat ditampilkan seperti proses produksi yang baik ataupun proses pelayanan terhadap klien yakni berupa adanya layanan dukungan teknis maupun konsultasi selama 24 jam sehari dan 7 hari dalam seminggu terhadap permasalahan yang terjadi.

**7.Physical Evidence**

Penampilan fisik dari fasilitas pendukung atau sarana dalam menjual produk yang dapat dilihat langsung oleh konsumen.

Catatan :

• Semua strategi pemasaran yang dibuat berdasarkan 7P diatas haruslah dibandingkan dengan strategi pemasaran yang diterapkan oleh pesaing. Strategi pemasaran yang kita buat harus berbeda dan lebih unggul dalam menarik klien.

• Semua strategi pemasaran yang dibuat pastilah mempunyai anggaran / biaya sehingga perlu dicatat biaya yang dikeluarkan per bagian 7P.

**Bagan Struktur Organisasi**

Secara jelas dan terperinci tugas dan wewenang masing – masing diuraikan sebagai berikut :

**Direktur**

1. Menetapkan kebijakan mutu, sasaran mutu, visi dan misi perusahaan.

2. Menetapkan struktur organisasi, tanggung jawab dan penanggung jawab dan penanggung jawab sistem mutu ( wakil Manajemen )

3. Menetapkan wakil Manajemen

4. Menyediakan sumber daya yang dibutuhkan Internal audit

5. Menetapkan sistem komunikasi internal

—

**Wakil Manajemen (Manajer Mutu)**

1. Memastikan konsisten pelaksanaan sistem Manajemen Mutu

2. Memelihara dan menetapkan seluruh proses sistem Manajemen Mutu

3. Melaporkan kepada direktur mengenai kinerja dan sistem Manajemen Mutu termasuk kebutuhan untuk peningkatan

4. Membuat kerangka kerja

5. Membuat panduan mutu

6. Menyiapkan bahan penyusunan, pemeliharaan, sosialisasi dokumen dan sistem mutu

—

**Direktur Tekhnologi**

1. Memastikan perkembangan Tekhnologi di dalam perusahaan

2. Memantau mutu Sumber Daya Manusia di dalam tekhnologi

3. melaksanakan projek dengan baik dan benar di dalam tekhnologi

4. bertanggung jawab dalam memastikan berjalannya dengan baik didalam perusahaan dalam bidang tekhnologi

**Keuangan**

1. Bertanggung jawab dalam mengelola keuangan perusahaan

2. Mengelola dan menganalisa keuangan perusahaan

3. Mengawasi anggaran yang telah ditetapkan

4. Membuat laporan posisi keuangan perusahaan

5. Bertanggung jawab kepada wakil manajemen

—

**Manajer Pemasaran**

1. Melaksanakan fungsi pemasaran dan penjualan dalam perusahaan

2. Membuat perencanaan dan strategi pemasaran

3. Mengelola keluhan para pelanggan yang kemudian disampaikan kepada wakil manajemen

4. Melakukan survey order bersama fumigato

—

**Administrasi**

1. Sebagai pengawas mutu dibidang administrasi

2. Menerima dan mencatat order pekerjaan fumigasi

3. Memastikan bahwa semua dokumen dan rekaman hasil kegiatan perusahaan disimpan sesuai dengan kebijakan perusahaan

4. Memastikan bahwa semua kebutuhan administrasi tersedia

5. Bertanggung jawab kepada wakil manajemen