

## ABSTRAK

Perencanaan bisnis yang penulis buat adalah mengenai klinik gigi. **Clinic.Co** merupakan sebuah klinik gigi yang terletak di kota Bandung. Konsep dari **Clinic.Co** berbeda dengan klinik gigi pada umumnya yaitu memiliki konsep *pain management* dalam pelayanan dan fasilitas *educative*. Pelayanan dengan konsep *pain management* adalah tidak adanya rasa sakit yang dirasakan pasien. Fasilitas *educative* adalah fasilitas edukasi interaktif yang ditawarkan klinik ketika pasien sedang menunggu antrian dokter. Terdapat lima fasilitas *educative* yaitu *Truth or truth café*, *Healthy step*, *Reliever Chair*, *Exploration Spot*, dan *Book Station*. Tujuan dari penulis membuat bisnis **Clinic.Co** adalah untuk memberikan pengalaman perawatan tanpa adanya rasa sakit sekaligus mengedukasi pasien mengenai kesehatan gigi dan mulut supaya tidak takut lagi untuk datang ke klinik gigi. Strategi pemasaran yang digunakan untuk mempromosikan **Clinic.Co** adalah melalui Instagram Bisnis, Google Maps, dan kunjungan siswa sekolah ke klinik. Pasien yang penulis targetkan adalah warga Bandung Tengah. Penulis berharap **Clinic.Co** dapat merubah pola pikir masyarakat terhadap kesehatan gigi dan kebiasaan masyarakat untuk rutin berkunjung ke dokter gigi.

Kata kunci: **Clinic.Co**, *Pain Management*, *Eduactive*



## ABSTRACT

*The business plan that the author made is about dental clinic. **Clinic.Co** is a dental clinic located in Bandung. The concept of **Clinic.Co** is different from other dental clinics in general, which has pain management concept in services and educative facilities. Service with the concept of pain management is the absence of pain felt during the treatment process and completion of treatment. Educative facilities are interactive educational facilities offered by clinics when patients are waiting for the doctor's queue. There are five educative facilities, namely Truth or truth café, Healthy step, Reliever Chair, Exploration Spot, and Book Station. The purpose of the author makes **Clinic.Co** is to provide a treatment without pain experience while educating patients about dental and oral health so as not to be afraid to come to the dental clinic. The marketing strategy used to promote **Clinic.Co** is through Instagram Business, Google Maps, and visits of school students to the clinic. The patients that the authors targeted were Central Bandung residents. The author hopes that **Clinic.Co** can change people's mindsets on dental health and people's habits to routinely visit dentists.*

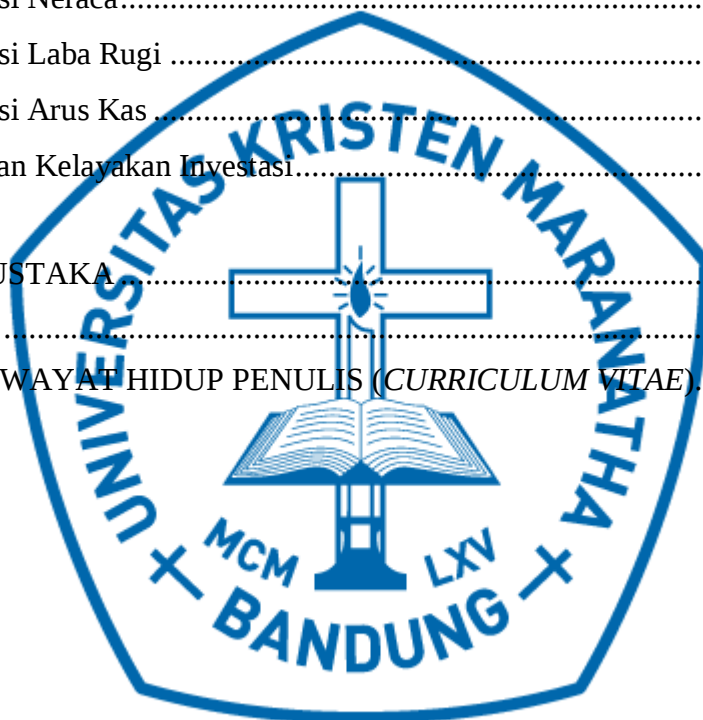
*Keywords: **Clinic.Co**, Pain Management, Educative*



## DAFTAR ISI

|                                                        | Halaman |
|--------------------------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL .....                                    | i       |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                               | ii      |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....                | iii     |
| KATA PENGANTAR .....                                   | iv      |
| PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....                 | v       |
| ABSTRAK .....                                          | vi      |
| ABSTRACT .....                                         | vii     |
| DAFTAR ISI .....                                       | xiii    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                    | x       |
| DAFTAR TABEL .....                                     | xi      |
| DAFTAR GRAFIK .....                                    | xii     |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                  | xiii    |
| <br>BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF .....                    | <br>1   |
| 1.1 Deskripsi Konsep Bisnis .....                      | 1       |
| 1.2 Deskripsi Bisnis .....                             | 10      |
| <br>BAB II ANALISA PELUANG BISNIS DAN IDE BISNIS ..... | <br>13  |
| 2.1 Analisis Peluang .....                             | 13      |
| 2.2 Analisis Ide Produk Dan Pasar .....                | 26      |
| <br>BAB III ASPEK PEMASARAN .....                      | <br>30  |
| 3.1 Strategi Pemasaran .....                           | 30      |
| 3.2 Bauran Pemasaran .....                             | 37      |
| 3.3 Perkiraan Penjualan .....                          | 59      |
| <br>BAB IV ASPEK OPERASIONAL .....                     | <br>62  |
| 4.1 Peralatan dan Kapasitas Operasi .....              | 63      |
| 4.2 Proses Operasi .....                               | 69      |

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| 4.3 Lokasi dan Tata Letak.....                                | 73  |
| BAB V ASPEK SUMBER DAYA INSANI DAN MANAJEMEN .....            | 78  |
| 5.1 Struktur Organisasi .....                                 | 78  |
| 5.2 Waktu Kerja dan Kompensasi.....                           | 85  |
| 5.3 <i>Standar Operating Procedure</i> .....                  | 86  |
| BAB VI. ASPEK KEUANGAN .....                                  | 100 |
| 6.1 Kebutuhan Dana .....                                      | 100 |
| 6.2 Sumber Dana .....                                         | 104 |
| 6.3 Proyeksi Neraca.....                                      | 104 |
| 6.4 Proyeksi Laba Rugi .....                                  | 105 |
| 6.5 Proyeksi Arus Kas .....                                   | 106 |
| 6.6 Penilaian Kelayakan Investasi.....                        | 108 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                           | 110 |
| LAMPIRAN .....                                                | 113 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS ( <i>CURRICULUM VITAE</i> )..... | 120 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                   | Halaman |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1.1 Logo <b>Clinic.Co</b> .....                                            | 11      |
| Gambar 2.1 Skala Proyeksi Peningkatan Kebutuhan Masyarakat akan Dokter gigi ..... | 27      |
| Gambar 2.2 Skala Proyeksi Konsumen Potensial .....                                | 29      |
| Gambar 3.1 Peta pasar <b>Clinic.Co</b> .....                                      | 34      |
| Gambar 3.2 Contoh <i>Truth and Truth café</i> .....                               | 40      |
| Gambar 3.3 Contoh Fasilitas <i>Healthy Step</i> .....                             | 41      |
| Gambar 3.4 Contoh Fasilitas <i>Reliever Chair</i> .....                           | 42      |
| Gambar 3.5 Contoh Fasilitas <i>Exploration Spot</i> .....                         | 43      |
| Gambar 3.6 Contoh Fasilitas <i>Book Station</i> .....                             | 44      |
| Gambar 3.7 Contoh memasukan bisnis di Goggle Maps .....                           | 58      |
| Gambar 3.8 Contoh Akun Instagrambisnis klinik gigi .....                          | 59      |
| Gambar 4.1 Proses Operasi .....                                                   | 70      |
| Gambar 4.2 Lokasi <b>Clinic.Co</b> .....                                          | 72      |
| Gambar 4.3 <i>Blue Print</i> Tata Letak Klinik .....                              | 73      |
| Gambar 5.1 Bagan Struktur Organisasi .....                                        | 75      |
| Gambar 5.2 Proses Rekrutmen dan Seleksi .....                                     | 81      |

## DAFTAR TABEL

|           | Halaman                                                               |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------|
| Tabel 1.1 | Data Jumlah Pasien Ortho RSGM UGM Prof. Soetomo                       |
|           | Jumlah Pasien Baru (orang) .....4                                     |
| Tabel 1.2 | Daftar Dokter Gigi disekitar <b>Clinic.Co</b> .....6                  |
| Tabel 2.1 | Matriks Swot <b>Clinic.Co</b> ..... 17                                |
| Tabel 2.2 | Ancaman <b>Clinic.Co</b> ..... 20                                     |
| Tabel 2.3 | Peluang <b>Clinic.Co</b> ..... 21                                     |
| Tabel 2.4 | Kelemahan <b>Clinic.Co</b> ..... 22                                   |
| Tabel 2.5 | Kekuatan <b>Clinic.Co</b> ..... 22                                    |
| Tabel 3.1 | Biaya Tetap ..... 46                                                  |
| Tabel 3.2 | Biaya Semi Variabel ..... 48                                          |
| Tabel 3.3 | Biaya Variabel Perawatan Akar ..... 48                                |
| Tabel 3.4 | Biaya Variabel Penambalan ..... 50                                    |
| Tabel 3.5 | Odontektomi Benih Gigi Impaksi M3 Bawah ..... 52                      |
| Tabel 3.6 | Odontektomi Gigi Impaksi M3 Bawah Dengan Posisi<br>Horizontal..... 54 |
| Tabel 3.7 | Data Pasien 2015 – 2018..... 59                                       |
| Tabel 3.8 | Perkiraan Penjualan tahun 2019 sampai 2021..... 61                    |
| Tabel 4.1 | Peralatan Operasi <b>Clinic.Co</b> ..... 62                           |
| Tabel 4.2 | Perlengkapan Operasi <b>Clinic.Co</b> ..... 64                        |
| Tabel 4.3 | Bahan Baku .....65                                                    |
| Tabel 5.1 | Deskripsi Pekerjaan ..... 76                                          |
| Tabel 5.2 | Kompensasi dan Waktu kerja ..... 82                                   |
| Tabel 5.3 | SOP Membuka dan Menutup Klinik ..... 83                               |
| Tabel 5.4 | SOP Pendaftaran ..... 84                                              |
| Tabel 5.5 | SOP Penambalan ..... 85                                               |
| Tabel 5.6 | SOP Perawatan Akar ..... 87                                           |
| Tabel 5.7 | SOP Odontektomi Benih Gigi Impaksi M3 Bawah..... 88                   |

|           |                                                                     |     |
|-----------|---------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 5.8 | SOP Odontektomi Gigi Impaksi M3 Bawah Dengan Posisi Horizontal..... | 90  |
| Tabel 5.9 | SOP 5 <i>Eduactive</i> .....                                        | 93  |
| Tabel 6.1 | Kebutuhan Dana .....                                                | 96  |
| Tabel 6.2 | Proyeksi Neraca .....                                               | 100 |
| Tabel 6.3 | Proyeksi Laba Rugi .....                                            | 101 |
| Tabel 6.4 | Proyeksi Arus Kas .....                                             | 102 |
| Tabel 6.5 | Perhitungan <i>Net Present Value</i> .....                          | 105 |

## DAFTAR GRAFIK

|                                                                                                                                                | Halaman |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Grafik 2.1 Analisis TOWS .....                                                                                                                 | 25      |
| Grafik 2.2 Proporsi penduduk semua usia yang bermasalah gigi<br>dan mulut mendapat perawatan dan EDM di Indonesia<br>tahun 2007 dan 2013 ..... | 27      |
| Grafik 2.3 Proporsi masalah gigi dan mulut berdasarkan<br>provinsi di Indonesia tahun 2007 dan 2013 .....                                      | 28      |
| Grafik 3.1 Kuisioner : Hambatan orang untuk datang ke dokter gigi .....                                                                        | 31      |
| Grafik 3.2 Kuisioner : Alasan berkunjung ke dokter gigi.....                                                                                   | 32      |
| Grafik 3.3 Kuisioner : Pelayanan yang diharapkan di Klinik gigi .....                                                                          | 33      |
| Grafik 3.4 Kuisioner : Fasilitas yang diharapkan di Klinik gigi .....                                                                          | 33      |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                     | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Lampiran A Perhitungan Tren dan Forecasting .....                                   | 118     |
| Lampiran B Pertanyaan Kuisisioner Kebutuhan Masyarakat Terhadap Klinik<br>Gigi..... | 119     |
| Lampiran C Perhitungan Pajak Penghasilan.....                                       | 120     |

