

ABSTRAK

Penelitian ini memodelkan ulang strategi bisnis RS Kramat 128, rumah sakit tipe C di Jakarta Pusat, menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC). Latar belakang penelitian meliputi persaingan ketat industri rumah sakit, perubahan regulasi, dan meningkatnya ekspektasi pasien terhadap kualitas layanan, yang menuntut penyesuaian model bisnis agar tetap kompetitif dan berkelanjutan.

Tujuan penelitian adalah merancang BMC sebagai alat strategi untuk mengatasi permasalahan dan mengembangkan bisnis sehingga kinerja dan kualitas layanan unggul dibandingkan kompetitor, sekaligus menciptakan nilai (*value creation*). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain studi kasus, mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan pihak manajemen rumah sakit, akademisi, pemerintah, dan kompetitor. Analisis dilakukan dengan BMC, PESTLE, Porter's Five Forces, SWOT, dan Matriks SWOT untuk merumuskan strategi SO, WO, ST, dan WT.

Hasil penelitian menunjukkan kekuatan pada basis pasien BPJS yang stabil, layanan unggulan kanker dan autoimun, serta SDM medis berkualitas. Kelemahan meliputi ketergantungan pada BPJS dan keterbatasan fasilitas strategis. Model bisnis baru diusulkan dengan penambahan segmen non-BPJS, layanan eksekutif, optimalisasi kanal digital, program loyalitas pasien, diversifikasi pendapatan, dan penguatan kemitraan. Saran akademis meliputi penambahan tahap implementasi pada penelitian lanjutan, sedangkan saran praktis adalah penerapan BMC baru untuk meningkatkan daya saing dan kinerja finansial.

Kata kunci: *Business Model Canvas, SWOT, PESTLE, Porter's Five Forces, strategi bisnis, rumah sakit tipe C, value creation*