

Strategi Positioning Rumah Sakit Sebagai Green & Sustainable Hospital Dalam Meningkatkan Citra, Daya Saing, Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Layanan Kesehatan Berkelanjutan

Maya Pramudita, Wahyu Nur Chalamsah Setiawan, Afra Humaira, Wachyu Sulistiadi
maya.pramudita@ui.ac.id, wahyu.nur51@ui.ac.id, afra.humaira@ac.ui.id,
wahyus@ui.ac.id

Abstrak

Pendahuluan: Meningkatnya perhatian masyarakat terhadap isu lingkungan, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial mendorong rumah sakit untuk mengembangkan strategi yang tidak hanya berorientasi pada pelayanan kesehatan, tetapi juga pada keberlanjutan organisasi. Konsep Green & Sustainable Hospital menjadi salah satu pendekatan yang relevan dalam membangun citra positif, meningkatkan daya saing, dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap layanan kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi positioning rumah sakit sebagai Green & Sustainable Hospital serta faktor-faktor yang mendukung implementasinya. **Metode:** Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif melalui studi literatur. Data diperoleh dari berbagai sumber ilmiah yang membahas green hospital, sustainability, manajemen rumah sakit, pemasaran jasa kesehatan, dan strategi organisasi. Analisis dilakukan secara deskriptif dan interpretatif untuk mengidentifikasi strategi positioning yang efektif. **Hasil Penelitian:** Hasil kajian menunjukkan bahwa positioning sebagai Green & Sustainable Hospital dapat dibangun melalui penerapan tata kelola operasional hijau, pengembangan green building, pembentukan identitas merek berbasis keberlanjutan, implementasi green marketing, peningkatan transparansi dan akuntabilitas, penguatan tanggung jawab sosial, serta penciptaan keunggulan kompetitif berbasis keberlanjutan. Keberhasilan strategi tersebut didukung oleh kepemimpinan transformasional dan budaya organisasi yang berorientasi pada keberlanjutan. **Kesimpulan:** Positioning sebagai Green & Sustainable Hospital merupakan strategi yang mampu meningkatkan citra organisasi, efisiensi operasional, loyalitas pasien, dan daya saing rumah sakit secara berkelanjutan melalui integrasi aspek lingkungan, sosial, ekonomi, dan pelayanan kesehatan dalam satu kerangka pengelolaan yang komprehensif.

Kata kunci: Green & Sustainable Hospital, Strategi Positioning Rumah Sakit, Daya Saing Rumah Sakit, Layanan Kesehatan Berkelanjutan

Abstract

Introduction: Growing public concern regarding environmental issues, sustainability, and social responsibility has encouraged hospitals to develop strategies that focus not only on healthcare services but also on organizational sustainability. The concept of a Green & Sustainable Hospital has emerged as a relevant approach for building a positive image, enhancing competitiveness, and strengthening public trust in healthcare services. This study aims to analyze hospital positioning strategies as a Green & Sustainable Hospital and identify the factors that support their implementation. **Methods:** This study employed a qualitative approach with a descriptive design through a literature review. Data were obtained from

various scientific sources discussing green hospitals, sustainability, hospital management, healthcare service marketing, and organizational strategy. The data were analyzed descriptively and interpretively to identify effective positioning strategies. **Results:** The findings indicate that positioning a hospital as a Green & Sustainable Hospital can be achieved through the implementation of green operational governance, green building development, sustainability-based brand identity, green marketing practices, enhanced transparency and accountability, strengthened corporate social responsibility, and the creation of sustainability-driven competitive advantages. The success of these strategies is supported by transformational leadership and an organizational culture that embraces sustainability principles. **Conclusion:** Positioning as a Green & Sustainable Hospital is a strategic approach that can enhance organizational image, operational efficiency, patient loyalty, and hospital competitiveness in a sustainable manner by integrating environmental, social, economic, and healthcare service dimensions into a comprehensive management framework.

Keywords: Green & Sustainable Hospital, Hospital Positioning Strategy, Competitive Advantage, Sustainable Healthcare Services

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor kesehatan global saat ini tidak hanya menuntut rumah sakit untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan berorientasi pada keselamatan pasien, tetapi juga mengharuskan institusi pelayanan kesehatan berperan aktif dalam mendukung keberlanjutan lingkungan. (Pradip, 2025). Rumah sakit merupakan salah satu organisasi yang mengonsumsi energi, air, dan berbagai sumber daya dalam jumlah besar serta menghasilkan limbah medis dan nonmedis yang berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan apabila tidak dikelola secara tepat (Ruchir, 2025). Kondisi tersebut mendorong munculnya konsep Green Hospital dan Sustainable Hospital sebagai pendekatan baru dalam pengelolaan rumah sakit yang tidak hanya berfokus pada pelayanan kesehatan, tetapi juga memperhatikan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi secara berkelanjutan (World Health Organization [WHO], 2023).

Konsep Green Hospital merujuk pada upaya rumah sakit dalam

mengurangi dampak lingkungan melalui pengelolaan energi yang efisien, pengurangan emisi karbon, konservasi air, pengelolaan limbah yang aman, serta penggunaan teknologi dan infrastruktur yang ramah lingkungan. Sementara itu, konsep Sustainable Hospital memiliki cakupan yang lebih luas karena mengintegrasikan dimensi lingkungan, sosial, dan ekonomi ke dalam seluruh proses tata kelola organisasi rumah sakit. Dengan demikian, rumah sakit berkelanjutan tidak hanya berupaya menjaga kelestarian lingkungan, tetapi juga menjamin keberlanjutan pelayanan, kesejahteraan sumber daya manusia, dan ketahanan finansial organisasi dalam jangka panjang (Global Green and Healthy Hospitals [GGHH], 2022).

Penerapan prinsip keberlanjutan dalam rumah sakit menjadi semakin penting seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan dan tanggung jawab sosial organisasi. Masyarakat modern tidak lagi hanya mempertimbangkan kualitas pelayanan medis ketika memilih rumah sakit, tetapi juga memperhatikan komitmen institusi terhadap praktik-praktik yang

bertanggung jawab secara lingkungan dan sosial. Dalam konteks tersebut, rumah sakit yang mampu menunjukkan kepedulian terhadap keberlanjutan memiliki peluang lebih besar untuk memperoleh kepercayaan publik serta membangun reputasi positif di mata masyarakat (Anåker & Elf, 2014).

Di tengah persaingan industri pelayanan kesehatan yang semakin kompetitif, rumah sakit dituntut untuk memiliki strategi yang mampu membedakan dirinya dari kompetitor. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah melalui strategi positioning. Positioning merupakan upaya organisasi untuk menanamkan citra dan identitas tertentu di benak konsumen sehingga organisasi memiliki nilai yang unik dan mudah dikenali dibandingkan pesaingnya (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks rumah sakit, positioning sebagai Green & Sustainable Hospital dapat menjadi strategi diferensiasi yang memberikan nilai tambah bagi pasien, keluarga pasien, tenaga kesehatan, pemerintah, maupun pemangku kepentingan lainnya.

Strategi positioning berbasis keberlanjutan tidak hanya berkaitan dengan pelaksanaan program ramah lingkungan, tetapi juga mencakup bagaimana rumah sakit mengomunikasikan komitmen tersebut kepada masyarakat. Implementasi berbagai program seperti efisiensi energi, pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, pengelolaan limbah medis yang aman, pembangunan gedung hijau (green building), penggunaan energi terbarukan, serta program tanggung jawab sosial dapat menjadi bagian dari identitas organisasi yang membentuk persepsi positif masyarakat terhadap rumah sakit. Ketika strategi tersebut dikomunikasikan secara efektif, rumah sakit dapat memperoleh citra sebagai institusi yang

inovatif, bertanggung jawab, dan berorientasi pada masa depan (Porter & Kramer, 2019).

Selain berdampak pada citra organisasi, positioning sebagai Green & Sustainable Hospital juga berpotensi meningkatkan daya saing rumah sakit. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip keberlanjutan dapat meningkatkan efisiensi operasional melalui pengurangan biaya energi, pengelolaan sumber daya yang lebih baik, serta peningkatan produktivitas organisasi. Pada saat yang sama, komitmen terhadap keberlanjutan dapat memperkuat loyalitas pasien dan menarik kelompok masyarakat yang memiliki kepedulian tinggi terhadap isu lingkungan dan kesehatan (Jameton & Pierce, 2001). Dengan demikian, keberlanjutan tidak hanya menjadi tanggung jawab sosial organisasi, tetapi juga menjadi strategi bisnis yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif.

Meskipun demikian, implementasi positioning sebagai Green & Sustainable Hospital masih menghadapi berbagai tantangan. Tidak semua rumah sakit memiliki sumber daya yang memadai untuk melakukan transformasi menuju rumah sakit berkelanjutan. Selain itu, masih terdapat keterbatasan pemahaman mengenai strategi komunikasi dan pemasaran yang efektif untuk membangun citra keberlanjutan di mata masyarakat. Akibatnya, berbagai inisiatif keberlanjutan yang telah dilakukan sering kali belum mampu memberikan dampak optimal terhadap peningkatan reputasi dan kepercayaan publik.

Beberapa penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa konsep Green Hospital memberikan manfaat yang signifikan bagi rumah sakit. Penelitian Perdini, Riani, dan Nurhasanah (2023) menemukan bahwa penerapan Green Hospital berdampak positif terhadap

aspek ekonomi, sosial, lingkungan, serta mendukung pemenuhan standar akreditasi rumah sakit. Sementara itu, Purbosari (2024) menunjukkan bahwa program Green Laboratory dapat menjadi nilai tambah dalam strategi pemasaran rumah sakit melalui pendekatan Segmenting, Targeting, Positioning (STP) dan marketing mix. Penelitian lainnya oleh Biantara, Handyani, dan Widowati (2025) menegaskan bahwa penerapan konsep Green Hospital berkontribusi terhadap peningkatan kesehatan lingkungan melalui efisiensi energi, pengelolaan limbah yang baik, penyediaan ruang hijau, serta terciptanya lingkungan yang lebih sehat bagi pasien dan tenaga kesehatan.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada implementasi program Green Hospital, dampak lingkungan, dan strategi pemasaran layanan tertentu. Kajian yang secara khusus membahas Green & Sustainable Hospital sebagai strategi positioning organisasi untuk membangun citra, meningkatkan daya saing, dan memperkuat kepercayaan masyarakat masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan (novelty) dengan mengintegrasikan perspektif keberlanjutan lingkungan dan strategi pemasaran rumah sakit untuk mengkaji bagaimana positioning sebagai Green & Sustainable Hospital dapat menjadi keunggulan kompetitif yang mendukung reputasi dan keberlanjutan organisasi pelayanan kesehatan.

Berdasarkan kondisi tersebut, kajian mengenai strategi positioning rumah sakit sebagai Green & Sustainable Hospital menjadi penting untuk dilakukan. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai berbagai strategi yang dapat digunakan rumah sakit dalam membangun citra, meningkatkan daya saing, serta

memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap layanan kesehatan yang berkelanjutan. Selain memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen rumah sakit dan pemasaran jasa kesehatan, hasil kajian ini juga dapat menjadi referensi bagi pengelola rumah sakit dalam merancang kebijakan dan strategi keberlanjutan yang efektif di era pelayanan kesehatan modern.

Atas dasar itulah, maka pada penelitian ini disusun permasalahan sebagai berikut: **“Bagaimana strategi positioning rumah sakit sebagai Green & Sustainable Hospital dalam meningkatkan citra, daya saing, dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan kesehatan yang berkelanjutan?”**

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kajian konseptual (conceptual review) atau literature review untuk menganalisis strategi positioning rumah sakit sebagai Green & Sustainable Hospital dalam meningkatkan citra, daya saing, dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan kesehatan berkelanjutan. Kajian konseptual merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mensintesis berbagai konsep, teori, hasil penelitian, serta kebijakan yang berkaitan dengan suatu fenomena tertentu guna membangun pemahaman yang komprehensif dan terintegrasi (Snyder, 2019). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi hubungan antara konsep keberlanjutan rumah sakit, strategi pemasaran, branding organisasi, dan positioning dalam konteks pelayanan kesehatan modern tanpa melakukan pengumpulan data primer secara langsung.

Kajian ini berfokus pada berbagai literatur yang membahas konsep Green

Hospital, Sustainable Hospital, strategi positioning, keunggulan kompetitif, citra organisasi, serta kepercayaan masyarakat terhadap layanan kesehatan. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi berbagai strategi yang telah diterapkan oleh rumah sakit dalam mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam identitas dan nilai organisasi. Selain itu, metode kajian konseptual juga relevan untuk mengembangkan kerangka pemikiran yang menjelaskan bagaimana positioning sebagai Green & Sustainable Hospital dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif sekaligus memperkuat reputasi dan kepercayaan publik terhadap rumah sakit (Grant & Booth, 2009).

Penelusuran literatur dilakukan melalui berbagai basis data ilmiah seperti Google Scholar, Scopus, PubMed, ScienceDirect, dan SpringerLink dengan menggunakan kata kunci yang relevan. Literatur yang terpilih kemudian dianalisis secara deskriptif dan tematik untuk menghasilkan sintesis konseptual mengenai strategi positioning rumah sakit berbasis keberlanjutan dan implikasinya terhadap pengembangan organisasi pelayanan kesehatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Positioning Rumah Sakit Sebagai Green & Sustainable Hospital Dalam Meningkatkan Citra, Daya Saing, Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Layanan Kesehatan Yang Berkelanjutan

Transformasi sektor kesehatan global telah mendorong rumah sakit untuk tidak hanya berfokus pada kualitas pelayanan klinis, tetapi juga pada kontribusinya terhadap keberlanjutan lingkungan, tanggung jawab sosial, dan efisiensi ekonomi. Perubahan iklim,

peningkatan emisi karbon, krisis energi, pencemaran lingkungan, serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu keberlanjutan telah mengubah ekspektasi publik terhadap organisasi pelayanan kesehatan. Rumah sakit saat ini tidak lagi dinilai semata-mata berdasarkan keberhasilan terapi dan mutu pelayanan medis, tetapi juga berdasarkan komitmennya dalam menciptakan lingkungan yang sehat, aman, dan berkelanjutan (World Health Organization [WHO], 2023).

Dalam kondisi tersebut, konsep Green & Sustainable Hospital berkembang menjadi salah satu strategi yang mampu menciptakan diferensiasi dan keunggulan kompetitif bagi rumah sakit. Green Hospital mengacu pada upaya rumah sakit dalam meminimalkan dampak lingkungan melalui efisiensi energi, pengelolaan limbah, konservasi air, serta penggunaan teknologi dan material yang ramah lingkungan. Sementara itu, Sustainable Hospital memiliki cakupan yang lebih luas karena mengintegrasikan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi ke dalam seluruh aktivitas organisasi (Eckelman & Sherman, 2018). Oleh karena itu, strategi positioning sebagai Green & Sustainable Hospital tidak hanya bertujuan membangun reputasi ramah lingkungan, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang mampu meningkatkan citra organisasi, memperkuat daya saing, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

1. Membangun Tata Kelola Operasional dan Infrastruktur Hijau sebagai Fondasi Positioning

Strategi pertama yang harus dilakukan rumah sakit adalah membangun fondasi operasional yang benar-benar mencerminkan prinsip keberlanjutan. Positioning yang kuat tidak dapat dibangun hanya melalui slogan atau kampanye pemasaran, tetapi harus

didukung oleh praktik nyata yang dapat dirasakan oleh pasien dan masyarakat. Oleh karena itu, implementasi Green Hospital harus dimulai dari sistem operasional internal rumah sakit.

Penerapan efisiensi energi menjadi salah satu komponen utama dalam strategi ini. Rumah sakit dapat memanfaatkan teknologi hemat energi seperti lampu LED otomatis, sistem pendingin udara berdaya rendah, penggunaan panel surya, serta desain bangunan yang memaksimalkan pencahayaan alami. Selain mengurangi emisi karbon, langkah tersebut juga mampu menekan biaya operasional dalam jangka panjang. Health Care Without Harm (2023) menjelaskan bahwa fasilitas kesehatan yang menerapkan efisiensi energi secara konsisten dapat mengurangi konsumsi energi secara signifikan sekaligus meningkatkan keberlanjutan finansial organisasi.

Pengelolaan limbah medis dan limbah bahan berbahaya dan beracun (B3) juga menjadi indikator penting dalam membangun positioning rumah sakit hijau. Rumah sakit menghasilkan berbagai jenis limbah yang berpotensi mencemari lingkungan apabila tidak dikelola dengan baik. Oleh karena itu, sistem pemilahan, pengangkutan, penyimpanan, hingga pemusnahan limbah harus dilakukan sesuai standar keselamatan lingkungan. Implementasi pengelolaan limbah yang baik tidak hanya menunjukkan kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga menjadi bukti konkret komitmen rumah sakit

terhadap kesehatan masyarakat dan lingkungan.

Selain itu, digitalisasi layanan kesehatan melalui penerapan rekam medis elektronik, resep elektronik, sistem antrean digital, dan telemedicine dapat mengurangi penggunaan kertas secara signifikan. Digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi pelayanan, tetapi juga memperkuat identitas rumah sakit sebagai organisasi modern yang mendukung prinsip keberlanjutan.

2. Mengembangkan Green Building sebagai Simbol Fisik Green Hospital

Keberadaan infrastruktur yang ramah lingkungan merupakan elemen penting dalam strategi positioning rumah sakit. Bangunan rumah sakit merupakan aspek pertama yang dilihat dan dirasakan oleh pasien sehingga dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Konsep green building mengedepankan penggunaan material yang ramah lingkungan, pencahayaan alami, ventilasi yang baik, pengelolaan air yang efisien, ruang terbuka hijau, serta pengurangan penggunaan energi. Menurut Ulrich et al. (2018), lingkungan fisik yang nyaman dan sehat dapat meningkatkan pengalaman pasien, menurunkan tingkat stres, mempercepat proses pemulihan, dan meningkatkan kepuasan terhadap pelayanan kesehatan.

Dalam konteks positioning, green building berfungsi sebagai bukti visual dari komitmen rumah sakit terhadap keberlanjutan. Ketika pasien melihat taman

terapeutik, area hijau yang luas, bangunan hemat energi, serta lingkungan yang bersih dan sehat, maka persepsi positif terhadap rumah sakit akan terbentuk secara otomatis. Kondisi tersebut menciptakan diferensiasi yang sulit ditiru oleh kompetitor karena memerlukan investasi, komitmen, dan perubahan budaya organisasi yang berkelanjutan.

Selain memberikan manfaat bagi pasien, green building juga memberikan manfaat bagi tenaga kesehatan. Lingkungan kerja yang sehat mampu meningkatkan produktivitas, menurunkan tingkat kelelahan, dan memperbaiki kesejahteraan psikologis tenaga kesehatan. Dengan demikian, pembangunan green building tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemasaran, tetapi juga sebagai investasi jangka panjang bagi organisasi.

3. Membangun Identitas Merek Berbasis Keberlanjutan

Strategi berikutnya adalah membangun identitas merek (brand identity) yang menempatkan keberlanjutan sebagai bagian dari karakter utama rumah sakit. Menurut Aaker (2014), identitas merek merupakan seperangkat asosiasi yang ingin ditanamkan organisasi dalam benak konsumen. Dalam konteks Green & Sustainable Hospital, identitas tersebut harus mencerminkan komitmen terhadap kesehatan lingkungan, pelayanan yang berkualitas, dan tanggung jawab sosial.

Identitas merek dapat diwujudkan melalui visi, misi, nilai organisasi, logo, slogan, maupun budaya kerja yang secara konsisten

menekankan prinsip keberlanjutan. Misalnya, rumah sakit dapat mengadopsi tagline yang menekankan hubungan antara kesehatan manusia dan kesehatan lingkungan. Strategi ini penting karena masyarakat cenderung lebih mudah mengingat organisasi yang memiliki identitas yang jelas dan berbeda dibandingkan kompetitor.

Brand identity berbasis keberlanjutan juga berperan dalam membangun reputasi jangka panjang. Ketika masyarakat secara konsisten mengaitkan rumah sakit dengan praktik ramah lingkungan dan pelayanan yang bertanggung jawab, maka akan terbentuk citra positif yang menjadi aset strategis organisasi. Citra tersebut tidak hanya meningkatkan loyalitas pasien, tetapi juga memperkuat daya tarik rumah sakit bagi investor, mitra kerja, dan tenaga kesehatan profesional.

4. Mengoptimalkan Green Marketing dan Sustainability Communication Positioning tidak akan berhasil tanpa adanya komunikasi yang efektif kepada masyarakat. Oleh karena itu, strategi komunikasi pemasaran menjadi komponen penting dalam membangun persepsi publik mengenai Green & Sustainable Hospital.

Rumah sakit perlu mengembangkan pendekatan green marketing yang menekankan manfaat keberlanjutan bagi pasien dan masyarakat. Komunikasi tidak hanya berfokus pada pencapaian organisasi, tetapi juga menjelaskan bagaimana praktik keberlanjutan

berkontribusi terhadap kesehatan pasien. Keller (2013) menjelaskan bahwa komunikasi yang konsisten akan membentuk brand image yang kuat dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Media sosial, website rumah sakit, laporan keberlanjutan, webinar kesehatan, publikasi ilmiah, serta kegiatan edukasi masyarakat dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi. Rumah sakit juga dapat menyampaikan informasi mengenai pengurangan emisi karbon, penghematan energi, pengelolaan limbah, dan berbagai inovasi keberlanjutan yang telah dilakukan.

Pendekatan ini penting untuk menghindari persepsi bahwa Green Hospital hanyalah strategi promosi semata. Masyarakat perlu melihat bahwa komitmen keberlanjutan benar-benar menjadi bagian dari sistem pelayanan kesehatan yang diterapkan rumah sakit.

5. Meningkatkan Kepercayaan melalui Transparansi dan Akuntabilitas

Kepercayaan merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan organisasi pelayanan kesehatan. Dalam era digital, masyarakat semakin kritis terhadap berbagai klaim yang disampaikan oleh organisasi. Oleh karena itu, rumah sakit perlu membangun kepercayaan melalui transparansi dan akuntabilitas.

Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menerbitkan sustainability report atau laporan keberlanjutan secara berkala. Laporan tersebut memuat informasi mengenai penggunaan energi, pengelolaan limbah, konsumsi air, kegiatan sosial, serta

berbagai indikator keberlanjutan lainnya. Menurut Global Reporting Initiative (2021), pelaporan keberlanjutan mampu meningkatkan akuntabilitas organisasi dan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan.

Transparansi juga dapat diwujudkan melalui keterbukaan informasi mengenai mutu pelayanan, keselamatan pasien, serta capaian program lingkungan. Ketika masyarakat memperoleh informasi yang jelas dan dapat diverifikasi, maka tingkat kepercayaan terhadap rumah sakit akan meningkat. Kepercayaan tersebut pada akhirnya akan mendorong loyalitas pasien dan memperkuat posisi rumah sakit di tengah persaingan industri kesehatan.

6. Memperkuat Tanggung Jawab Sosial dan Keterlibatan Masyarakat

Konsep Sustainable Hospital tidak hanya berfokus pada lingkungan, tetapi juga pada aspek sosial. Oleh karena itu, rumah sakit perlu mengembangkan berbagai program tanggung jawab sosial yang memberikan manfaat langsung kepada masyarakat.

Program edukasi kesehatan lingkungan, kampanye gaya hidup sehat, penghijauan lingkungan, pelayanan kesehatan preventif, serta pemberdayaan komunitas lokal merupakan contoh kegiatan yang dapat memperkuat hubungan antara rumah sakit dan masyarakat. Menurut Elkington (1997), keberlanjutan harus memperhatikan keseimbangan antara aspek people, planet, dan profit.

Keterlibatan masyarakat dalam program-program keberlanjutan akan menciptakan rasa memiliki terhadap rumah sakit. Ketika masyarakat merasakan manfaat langsung dari keberadaan rumah sakit, maka tingkat kepercayaan dan dukungan terhadap organisasi akan meningkat. Kondisi ini memberikan keuntungan strategis karena reputasi rumah sakit tidak hanya dibangun melalui promosi, tetapi juga melalui pengalaman nyata masyarakat.

7. Membangun Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan

Dari perspektif strategi bisnis, positioning sebagai Green & Sustainable Hospital merupakan bentuk diferensiasi strategis yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi rumah sakit. Menurut Porter (1985), keunggulan kompetitif diperoleh ketika organisasi mampu menawarkan nilai yang unik dan sulit ditiru oleh pesaing. Dalam industri pelayanan kesehatan yang semakin kompetitif, penerapan konsep Green & Sustainable Hospital menjadi salah satu strategi untuk membangun identitas organisasi yang berbeda melalui komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan, tanggung jawab sosial, dan efisiensi operasional. Diferensiasi tersebut dapat diwujudkan melalui penggunaan teknologi hemat energi, pengelolaan limbah medis yang ramah lingkungan, penerapan sistem digital untuk mengurangi penggunaan kertas, serta penyediaan lingkungan pelayanan yang sehat dan nyaman bagi pasien

maupun tenaga kesehatan (Kats, 2018).

Selain meningkatkan kualitas lingkungan pelayanan, positioning sebagai rumah sakit hijau juga berkontribusi terhadap pembentukan citra positif dan reputasi organisasi. Masyarakat modern semakin memperhatikan isu keberlanjutan sehingga cenderung memberikan kepercayaan lebih kepada institusi yang menunjukkan tanggung jawab terhadap lingkungan dan kesehatan publik (Anåker & Elf, 2014). Reputasi tersebut dapat meningkatkan kepuasan pasien, memperkuat loyalitas, serta mendorong preferensi masyarakat dalam memilih layanan kesehatan. Di sisi lain, strategi keberlanjutan juga memberikan manfaat ekonomi yang signifikan. Efisiensi penggunaan energi, pengurangan konsumsi air, serta optimalisasi sumber daya melalui inovasi teknologi terbukti mampu menurunkan biaya operasional dan meningkatkan efektivitas pengelolaan rumah sakit (World Health Organization, 2020). Oleh karena itu, positioning sebagai Green & Sustainable Hospital tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemasaran dan pencitraan, tetapi juga menjadi instrumen strategis untuk meningkatkan daya saing, efisiensi organisasi, serta keberlanjutan kinerja rumah sakit dalam jangka panjang (Porter & Kramer, 2019).

8. Memperkuat Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Berkelanjutan

Keberhasilan implementasi strategi positioning sebagai Green & Sustainable Hospital sangat bergantung pada peran

kepemimpinan organisasi dalam mengarahkan perubahan dan membangun budaya keberlanjutan. Transformasi menuju rumah sakit yang ramah lingkungan dan berkelanjutan memerlukan komitmen yang kuat dari pimpinan untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam visi, misi, strategi, serta proses pengambilan keputusan organisasi. Kepemimpinan yang efektif berperan sebagai agen perubahan yang mampu menggerakkan seluruh sumber daya organisasi menuju tujuan keberlanjutan yang telah ditetapkan. Menurut Bass dan Riggio (2006), kepemimpinan transformasional memiliki kemampuan untuk menginspirasi, memotivasi, dan membangun komitmen anggota organisasi terhadap perubahan melalui pengembangan visi bersama, pemberdayaan individu, serta penciptaan budaya organisasi yang adaptif dan inovatif. Dalam konteks rumah sakit, pendekatan kepemimpinan transformasional menjadi penting untuk mendorong penerapan praktik-praktik berkelanjutan yang memerlukan perubahan perilaku dan pola kerja pada seluruh level organisasi.

Budaya keberlanjutan tidak dapat dibangun hanya melalui kebijakan formal, tetapi harus diwujudkan dalam aktivitas sehari-hari seluruh tenaga kesehatan dan staf pendukung. Oleh karena itu, rumah sakit perlu mengembangkan berbagai program yang mendukung internalisasi nilai keberlanjutan, seperti pelatihan mengenai green healthcare, kampanye penghematan energi

dan pengurangan limbah, pemberian penghargaan kepada unit yang berhasil menerapkan inovasi ramah lingkungan, serta integrasi indikator keberlanjutan ke dalam sistem evaluasi kinerja pegawai (Eckelman & Sherman, 2018). Upaya tersebut akan meningkatkan kesadaran dan partisipasi seluruh anggota organisasi dalam mewujudkan tujuan keberlanjutan.

Keberadaan budaya organisasi yang mendukung keberlanjutan juga tentunya akan memperkuat konsistensi antara strategi, operasional, dan pelayanan rumah sakit. Ketika nilai-nilai keberlanjutan telah menjadi bagian dari budaya organisasi, maka positioning sebagai Green & Sustainable Hospital tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemasaran atau pencitraan semata, melainkan berkembang menjadi identitas organisasi yang tercermin dalam setiap aspek pelayanan kesehatan, tata kelola, penggunaan sumber daya, serta interaksi dengan pasien dan masyarakat. Kondisi ini akan meningkatkan reputasi organisasi, memperkuat kepercayaan publik, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam industri pelayanan kesehatan (Kaplan et al., 2012).

Secara keseluruhan, strategi positioning rumah sakit sebagai Green & Sustainable Hospital merupakan pendekatan strategis yang bersifat multidimensional dan terintegrasi karena melibatkan pengelolaan berbagai aspek organisasi secara simultan, meliputi aspek lingkungan, sosial, ekonomi, tata kelola, serta kualitas pelayanan kesehatan.

Pendekatan ini tidak hanya berorientasi pada upaya membangun citra rumah sakit sebagai institusi yang peduli terhadap kelestarian lingkungan, tetapi juga bertujuan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi pasien, tenaga kesehatan, masyarakat, dan seluruh pemangku kepentingan. Dalam konteks industri kesehatan yang semakin kompetitif, positioning sebagai Green & Sustainable Hospital menjadi instrumen strategis yang mampu membedakan rumah sakit dari organisasi pelayanan kesehatan lainnya melalui komitmen nyata terhadap praktik-praktik pembangunan berkelanjutan.

Implementasi strategi tersebut memerlukan pembangunan tata kelola operasional hijau yang menekankan efisiensi penggunaan sumber daya, pengelolaan limbah yang bertanggung jawab, konservasi energi dan air, serta penerapan teknologi yang ramah lingkungan. Rumah sakit juga perlu mengembangkan konsep green building melalui penyediaan infrastruktur yang mendukung kesehatan lingkungan, seperti optimalisasi pencahayaan alami, peningkatan kualitas sirkulasi udara, pengembangan ruang terbuka hijau, serta penggunaan material bangunan yang berkelanjutan. Pada saat yang sama, rumah sakit perlu membangun identitas merek (brand identity) yang mencerminkan komitmen terhadap keberlanjutan sehingga nilai-nilai lingkungan, tanggung jawab sosial, dan pelayanan kesehatan berkualitas dapat menjadi bagian yang melekat dalam persepsi masyarakat terhadap organisasi.

Strategi positioning tersebut juga perlu diperkuat melalui penerapan green marketing dan komunikasi keberlanjutan yang dilakukan secara konsisten, transparan, dan berbasis bukti. Rumah sakit harus mampu mengomunikasikan berbagai program keberlanjutan yang

telah dilaksanakan kepada masyarakat melalui berbagai media komunikasi sehingga publik dapat memahami kontribusi nyata organisasi terhadap kesehatan lingkungan dan kesejahteraan sosial. Selain itu, rumah sakit perlu meningkatkan transparansi dan akuntabilitas organisasi melalui pelaporan capaian keberlanjutan, keterbukaan informasi publik, serta pengukuran kinerja lingkungan dan sosial yang dapat dipertanggungjawabkan. Transparansi tersebut berperan penting dalam membangun kredibilitas organisasi sekaligus meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap rumah sakit.

Aspek tanggung jawab sosial juga menjadi komponen penting dalam strategi positioning Green & Sustainable Hospital. Rumah sakit perlu menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat melalui berbagai program pemberdayaan komunitas, promosi kesehatan, edukasi lingkungan, serta pengembangan kemitraan dengan berbagai pemangku kepentingan. Upaya tersebut tidak hanya memperkuat hubungan antara rumah sakit dan masyarakat, tetapi juga menciptakan dampak sosial yang positif dan berkelanjutan. Di sisi lain, strategi keberlanjutan juga mampu menghasilkan keunggulan kompetitif melalui peningkatan efisiensi operasional, pengurangan biaya jangka panjang, penguatan reputasi organisasi, serta peningkatan loyalitas pasien. Keunggulan tersebut memberikan nilai strategis yang sulit ditiru oleh pesaing karena dibangun melalui proses transformasi organisasi yang menyeluruh dan berkesinambungan.

Keberhasilan implementasi strategi positioning sebagai Green & Sustainable Hospital pada akhirnya sangat bergantung pada kapasitas kepemimpinan organisasi dalam mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam budaya kerja,

sistem manajemen, dan proses pengambilan keputusan. Pimpinan rumah sakit perlu berperan sebagai agen perubahan yang mampu mendorong partisipasi seluruh tenaga kesehatan dalam mewujudkan visi keberlanjutan organisasi. Budaya organisasi yang mendukung inovasi, efisiensi, tanggung jawab sosial, dan kepedulian terhadap lingkungan akan memperkuat implementasi berbagai program keberlanjutan secara konsisten dalam jangka panjang.

Berdasarkan pada sebagaimana diuraikan di atas, maka diketahui bahwasanya positioning rumah sakit sebagai Green & Sustainable Hospital tidak dapat dipahami hanya sebagai strategi pemasaran atau pencitraan semata, melainkan sebagai transformasi organisasi yang komprehensif dan berkelanjutan. Strategi ini memungkinkan rumah sakit untuk meningkatkan citra organisasi sebagai institusi kesehatan yang modern, bertanggung jawab, dan berorientasi pada masa depan. Strategi ini juga memungkinkan rumah sakit memperkuat daya saing melalui diferensiasi layanan yang bernilai tinggi sekaligus membangun kepercayaan masyarakat berdasarkan bukti nyata komitmen organisasi terhadap kesehatan manusia dan kelestarian lingkungan. Melalui implementasi yang konsisten dan terintegrasi, rumah sakit dapat berkembang menjadi institusi pelayanan kesehatan yang tidak hanya mampu memberikan pelayanan medis yang aman, bermutu, dan berpusat pada pasien, tetapi juga mampu berkontribusi secara signifikan terhadap pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs) serta terciptanya sistem kesehatan yang tangguh, inklusif, dan berkelanjutan bagi generasi saat ini maupun generasi mendatang.

KESIMPULAN

Strategi positioning rumah sakit sebagai Green & Sustainable Hospital merupakan pendekatan strategis yang mampu meningkatkan citra organisasi, memperkuat daya saing, serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap layanan kesehatan yang berkelanjutan. Positioning tersebut tidak dapat diwujudkan hanya melalui kegiatan promosi atau pencitraan, tetapi harus didukung oleh transformasi organisasi yang menyeluruh melalui penerapan tata kelola operasional hijau, pengembangan green building, pembentukan identitas merek berbasis keberlanjutan, implementasi green marketing, peningkatan transparansi dan akuntabilitas, penguatan tanggung jawab sosial, penciptaan keunggulan kompetitif, serta pengembangan kepemimpinan dan budaya organisasi yang berorientasi pada keberlanjutan. Implementasi berbagai strategi tersebut memungkinkan rumah sakit menciptakan nilai tambah yang tidak hanya berdampak pada efisiensi operasional dan kinerja organisasi, tetapi juga pada peningkatan kualitas lingkungan, kesejahteraan masyarakat, dan loyalitas pasien. Dengan demikian, Green & Sustainable Hospital menjadi model positioning yang relevan bagi rumah sakit modern karena mampu mengintegrasikan tujuan pelayanan kesehatan, keberlanjutan lingkungan, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan ekonomi dalam satu kerangka pengelolaan yang komprehensif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Aaker, D. A. (2014). Aaker on branding: 20 principles that drive success. Morgan James Publishing.
2. Anåker, A., & Elf, M. (2014). Sustainability in nursing: A concept

- analysis. *Scandinavian Journal of Caring Sciences*, 28(2), 381–389.
3. Anåker, A., & Elf, M. (2014). Sustainability in nursing: A concept analysis. *Scandinavian Journal of Caring Sciences*, 28(2), 381–389.
 4. Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). *Transformational leadership* (2nd ed.). Psychology Press.
 5. Biantara, I., Handyani, O. W. K., & Widowati, E. (2025). Penerapan konsep green hospital yang berdampak pada peningkatan kesehatan lingkungan: Systematic literature review. *UNES Journal*, 1 (1).
 6. Eckelman, M. J., & Sherman, J. (2018). Environmental impacts of the U.S. health care system and effects on public health. *PLOS ONE*, 13(6), 1–16.
 7. Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.
 8. Global Green and Healthy Hospitals. (2022). *Global agenda for green and healthy hospitals. Health Care Without Harm*.
 9. Global Reporting Initiative. (2021). *GRI sustainability reporting standards*. Global Reporting Initiative.
 10. Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information & Libraries Journal*, 26(2), 91–108.
 11. Health Care Without Harm. (2023). *Global roadmap for health care decarbonization*. Health Care Without Harm.
 12. Jameton, A., & Pierce, J. (2001). *Environment and health: 8. Sustainable health care and emerging ethical responsibilities*. CMAJ, 164(3), 365–369.
 13. Kaplan, S., Sadler, B., Little, K., Franz, C., & Orris, P. (2012). Can sustainable hospitals help bend the health care cost curve? *The Commonwealth Fund*, 29, 1–14.
 14. Kats, G. H. (2018). *Greening Our Hospitals: Costs and Benefits*. Capital E.
 15. Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). Pearson Education.
 16. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
 17. Perdini, M., Riani, E., & Nurhasanah. (2023). Strategi menuju penerapan green hospital serta dampaknya bagi rumah sakit: Studi kasus pada Rumah Sakit X. *Jurnal Teknologi Lingkungan UNMUL*, 7(1).
 18. Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
 19. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1–2), 62–77.
 20. Purbosari. (2024). Strategi pemasaran program green laboratory menuju green hospital dengan metode segmenting, targeting, and positioning serta marketing mix di RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia (ARSI)*, 7(1).
 21. Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339.
 22. Ulrich, R. S., Zimring, C., Zhu, X., DuBose, J., Seo, H. B., Choi, Y. S., Quan, X., & Joseph, A. (2018). A

- review of the research literature on evidence-based healthcare design. *Health Environments Research & Design Journal*, 11(3), 95–104.
23. World Health Organization. (2020). *WHO Guidance for Climate Resilient and Environmentally Sustainable Health Care Facilities*. Geneva: World Health Organization.
24. World Health Organization. (2023). *Operational framework for building climate-resilient and low-carbon health systems*. WHO.