PERAN NILAI *GREEN-HEALTH* DALAM MEMBANGUN KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH SAKIT DI KUCHING, SARAWAK, MALAYSIA

DISERTASI

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Doktor

TARYATI SUKMAWATI

NIM. B3081211013

PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK

2025

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Nama	: Taryati Sukmawati
NIM	: B3081211013
Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Doktor Ilmu Manajemen
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul Disertasi	: Peran Nilai Green-Health Dalam Membangun Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Sakit Di Kuching, Sarawak, Malaysia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Disertasi dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber rujukan sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Disertasi dengan judul tersebut diatas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 30 Mei 2025



(Taryati Sukmawati)

NIM. B3081211013

PERTANGGUNGJAWABAN DISERTASI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

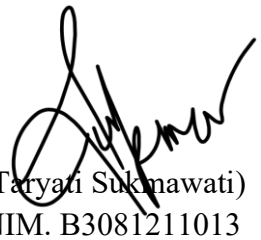
Nama	: Taryati Sukmawati
Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Doktor Ilmu Manajemen
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Tanggal Ujian	: 7 Mei 2025

Judul Disertasi :

Peran Nilai Green-Health Dalam Membangun Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Sakit Di Kuching, Sarawak, Malaysia

Menyatakan bahwa Disertasi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 30 Mei 2025



(Taryati Sukmawati)
NIM. B3081211013

PENGESAHAN DISERTASI

Disertasi dengan judul :
Peran Nilai *Green-Health* Dalam Membangun Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Sakit di Kuching, Sarawak, Malaysia

ini diajukan oleh:

Nama	: Taryati Sukmawati
Jurusan	: B3081211013
Program Studi	: Doktor Ilmu Manajemen
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Tanggal Ujian	: 7 Mei 2025

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus oleh Majelis Penguji dalam Ujian Sidang Terbuka Disertasi untuk memperoleh gelar Doktor.

MAJELIS PENGUJI

Majelis Penguji	Nama	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Dr. Jumhur, SE, M.Si NIP. 196709281997021001	28 Mei 2025	
Sekretaris Sidang	Dr. Maria Christiana Iman Kalis S.E., MM NIP. 196905152000032001	27 Mei 2025	
Representative Guru Besar	Prof. Mustaruddin, S.E., M.Si., Ph.D NIP. 196206021989031002	26/05/2025	
Promotor	Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si NIP. 197509212000032005	29 Mei 2025	
Ko-Promotor	Dr. Wenny Pebrianti, SE, M.Si NIP. 198502072006042001	22 Mei 2025	
Ketua Penguji	Prof. Dr. Nur Afifah, SE, M.Si NIP. 197305012003122001	23 Mei 2025	
Anggota Penguji Eksternal	Prof. Dr. Tanti Handriana, SE., M.Si NIP. 196905181993032001	23-05-2025	
Anggota Penguji	Heriyadi, SE, ME, Ph.D NIP. 196908171995121004	26 Mei 2025	

Pontianak, 29 Mei 2025

Mengetahui
(Plt) Koordinator Program Studi Doktor Ilmu Manajemen
FEB UNTAN

Dr. Maria Christiana Iman Kalis, SE, MM
NIP. 196905152000032001

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Disertasi ini dapat diselesaikan dengan baik. Disertasi ini berjudul "Peran Nilai *Green-Health* Dalam Membangun Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Rumah Sakit Kuching, Sarawak, Malaysia". Penelitian Disertasi ini dilakukan sebagai upaya untuk memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu manajemen pemasaran dan keberlanjutan industri kesehatan.

Dalam proses penyusunan disertasi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, disertasi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Tanjungpura Bapak Prof. Dr. Garuda Wiko, S.H., M.Si, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Tanjungpura.
2. Ketua Yayasan Putra Kalimantan Barat, Bapak Ir. Oon Akbar Yanuarto M.T yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Tanjugpura
3. Rektor Institut Bisnis dan Ekonomi Indonesia, Bapak Yusron Toto S.E., M.M yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Tanjugpura
4. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si, yang telah memberikan izin dan fasilitas selama menempuh pendidikan.
5. Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura sekaligus anggota penguji Bapak Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Tanjugpura
6. Sekretaris Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Ibu Dr. Wenny Pebrianty, S.E., M.Sc. yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Tanjugpura.
7. Plt. Koordinator Program Studi Doktor Ilmu Manajemen Universitas Tanjungpura tahun 2025 Ibu Dr. Maria Christiana I. Kalis, SE, MM, yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Tanjugpura.
8. Dosen Promotor Bapak Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si dan Ko-Promotor Ibu Dr. Wenny Pebrianty, S.E., M.Sc, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk

memberikan bimbingan, masukan, dan motivasi kepada penulis selama proses penulisan Disertasi berlangsung.

9. Dosen Tim Penguji Ibu Prof. Dr. Tanti Handriana, S.E., M.Si; Ibu Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si; Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si; dan Bapak Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, masukan, dan motivasi kepada penulis selama proses penulisan Disertasi berlangsung.
10. Seluruh dosen beserta jajaran Program Studi Doktor Ilmu Manajemen Universitas Tanjungpura, yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan pelayanan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama menempuh studi.
11. Keluarga tercinta, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat yang tak terhingga kepada penulis.
12. Civitas Akademika Institut Bisnis dan Ekonomi Indonesia yang telah memberikan dukungan selama proses penelitian berlangsung.
13. Ketua Angkatan DIM VIII Bapak Dr. Ir. Amirullah, MA dan teman-teman seperjuangan DIM VIII, yang telah memotivasi dan berjuang bersama serta saling mendukung dalam menyelesaikan Disertasi ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian Disertasi ini.

Penulis menyadari bahwa Disertasi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk perbaikan dan pengembangan penelitian dimasa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga Disertasi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, praktik bisnis yang berkelanjutan, dan semua pihak yang membutuhkan.

Pontianak, 30 Mei 2025

Penulis

(Taryati Sukmawati)
NIM. B3081211013

ABSTRAK

Layanan kesehatan memerlukan penerapan standar keberlanjutan dalam praktik operasionalnya termasuk bangunan ramah lingkungan, fasilitas – fasilitas yang ramah lingkungan. Atribut unik layanan kesehatan tidak hanya mencakup kualitas klinis dan pertimbangan harga, tetapi juga faktor sosial dan lingkungan. Nilai kesehatan-hijau, yang merepresentasikan kebaruan penelitian ini, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan, harapan, dan meningkatkan kenyamanan pasien sepanjang pengalaman layanan medis mereka. Dalam layanan kesehatan, penggabungan nilai-nilai lingkungan ke dalam layanan kesehatan muncul sebagai faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Akibatnya, nilai kesehatan-hijau dapat berfungsi sebagai faktor mediasi dalam hubungan antara orientasi pelanggan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh orientasi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh nilai kesehatan-hijau. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada rumah sakit di Kalimantan Barat dengan memungkinkan mereka menyediakan layanan kesehatan yang lebih inovatif dan menyadari bahwa nilai layanan kesehatan dapat disampaikan secara tidak langsung melalui nilai kesehatan-hijau, yang berfokus pada konsep ramah lingkungan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan/pasien. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran di mana pendekatan kuantitatif menggunakan pengambilan sampel stratifikasi setara, melibatkan 405 pasien dari Kalimantan Barat yang telah mengalami layanan kesehatan di Kuching, Sarawak, Malaysia. Data akan diolah menggunakan teknik analisis Structural Equation Model (SEM) untuk menguji hipotesis penelitian. Selain itu, pendekatan kualitatif akan diterapkan untuk memverifikasi dan memperkaya temuan kuantitatif melalui wawancara mendalam dan Diskusi Kelompok Terarah dengan dua jenis informan: dua perwakilan manajemen layanan kesehatan yang telah menerapkan konsep ramah lingkungan dan tiga pasien/pelanggan.

Keywords: Pelayanan Kesehatan, Orientasi Pelanggan, Inovasi Pelayanan, Nilai *Green health* Value, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Healthcare services require the implementation of sustainability standards in their operational practices, including environmentally friendly buildings and eco-friendly facilities. The unique attributes of healthcare services extend beyond clinical quality and pricing considerations to encompass social and environmental factors. The green-health value, which represents the novelty of this research, aims to fulfil needs, expectations, and enhance patient comfort throughout their medical service experience. In healthcare services, incorporating environmental values into health services emerges as a crucial factor influencing customer satisfaction. Consequently, green-health value can function as a mediating factor in the relationship between customer orientation and customer satisfaction. This study aims to examine the influence of customer orientation on customer satisfaction mediated by green-health value. Therefore, research is expected to contribute to hospitals in West Kalimantan by enabling them to provide more innovative healthcare services and recognize that healthcare value can be delivered indirectly through green-health value, which focuses on environmentally-friendly concepts to enhance customer/patient satisfaction. The research use mixed method approach which quantitative approach employs stratified equal sampling, involving 405 patients from West Kalimantan who have experienced healthcare services in Kuching, Sarawak, Malaysia. Data will be processed using Structural Equation Model (SEM) analysis techniques to test the research hypotheses. Additionally, a qualitative approach will be implemented to verify and enrich the quantitative findings through in-depth interviews and Focus Group Discussions with two types of informants: two healthcare service management representatives who have implemented environmentally friendly concepts and three patients/customers.

Keywords: Healthcare Service, Customer Orientation, Service Innovation, *Green health* Value, Customer Satisfaction, Mixed-Methods Approach

RINGKASAN

Penelitian ini berangkat dari pengakuan terhadap eksistensi nilai green health sebagai entitas konseptual yang nyata dalam praktik pelayanan kesehatan modern. Green health tidak hanya dipahami sebagai atribut tambahan, melainkan sebagai entitas ontologis yang esensial dalam membentuk realitas pelayanan kesehatan berkelanjutan. Ontologi penelitian ini bertumpu pada asumsi bahwa kepuasan dan loyalitas pelanggan di sektor healthcare service bukan sekadar akibat dari layanan klinis konvensional, tetapi juga merupakan produk dari value co-creation yang melibatkan dimensi keberlanjutan, inovasi pelayanan, dan orientasi pelanggan. Dengan demikian, eksistensi fenomena green health dan loyalitas pelanggan menjadi objek kajian yang sah dalam konstruksi keilmuan ini.

Pendekatan keilmuan yang digunakan mengandalkan integrasi paradigma positivistik dan interpretatif melalui pendekatan mixed methods, memadukan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk menggali hubungan antara orientasi pelanggan, inovasi pelayanan, nilai green health, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Landasan teori Service Dominant Logic (SDL) menjadi rujukan utama dalam membangun kerangka berpikir yang sistematis, dimana penciptaan nilai dipahami sebagai hasil interaksi dinamis antar aktor dalam jaringan layanan. Validitas keilmuan diperkuat melalui pengujian model struktural (Structural Equation Modelling) dan triangulasi data, yang mencerminkan upaya reflektif dan kritis dalam membangun justifikasi ilmiah yang robust. Epistemologi penelitian ini mengukuhkan pentingnya kerangka teoretis yang dinamis dan berbasis bukti dalam memahami realitas yang terus berubah di sektor pelayanan kesehatan.

Penelitian ini tidak hanya berupaya mengembangkan pengetahuan teoretis semata, tetapi juga secara sadar diarahkan untuk memberikan kontribusi praktis terhadap penguatan praktik manajerial di sektor kesehatan. Penelitian ini bertujuan menghasilkan nilai guna yang konkret, yakni mendorong penerapan inovasi pelayanan berbasis ramah lingkungan untuk meningkatkan kesejahteraan pasien dan daya saing institusi layanan kesehatan. Dengan mengusung nilai keberlanjutan, kepedulian sosial, dan orientasi pada kesejahteraan publik, penelitian ini menegaskan bahwa keilmuan yang dikembangkan harus mampu menjadi instrumen

transformasi sosial yang membawa manfaat nyata bagi masyarakat. Dalam hal ini, ilmu tidak hanya menjadi kerangka berpikir, tetapi juga menjadi landasan moral dalam menghasilkan ilmu pengetahuan yang bertanggung jawab dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.

Penelitian ini membangun perspektif keilmuan yang holistik dan kritis, memperlihatkan kapasitas dalam memilah, memahami, dan merekonstruksi konsep – konsep lintas disiplin khususnya manajemen, pemasaran ramah lingkungan, dan inovasi pelayanan kesehatan. Kerangka berpikir ini mencerminkan kematangan intelektual yang dibutuhkan dalam pendidikan, dimana setiap upaya teoritis selalu terkait erat dengan pertimbangan metodologis yang ketat dan komitmen terhadap pengembangan nilai-nilai sosial yang lebih luas.

SUMMARY

This research stems from the recognition of green health values as a genuine conceptual entity in modern healthcare practice. We understand green health not just as an additional attribute but as an essential ontological entity that shapes the reality of sustainable healthcare services. The basis of this research is the idea that customer satisfaction and loyalty in healthcare are not just results of standard clinical services, but also come from working together to create value that includes sustainability, new services, and focusing on the customer. Thus, the existence of green health phenomena and customer loyalty becomes a legitimate object of study within this scientific framework.

The research uses a combination of methods that include both numbers and personal experiences to study how customer focus, new services, green health values, customer satisfaction, and customer loyalty are connected. The main idea of Service Dominant Logic (SDL) is used as the key reference to create a clear framework where value is considered coming from the active interactions between people in service networks. The use of structural equation modeling (SEM) and data verification from various sources enhances the scientific credibility, demonstrating meticulous efforts to establish robust scientific backing. The epistemology of this research reinforces the importance of dynamic, evidence-based theoretical frameworks in understanding the constantly evolving reality of the healthcare service sector.

This research aims not only to develop theoretical knowledge but is also consciously directed toward providing practical contributions to strengthening managerial practices in the healthcare sector. The study seeks to generate concrete utility value by promoting the implementation of environmentally friendly service innovations to enhance patient welfare and the competitive advantage of healthcare institutions. By embracing values of sustainability, social responsibility, and public welfare orientation, this research affirms that developed scholarship must serve as an instrument of social transformation that brings tangible benefits to society. In this context, science becomes not only a framework for thinking but also a moral foundation for producing responsible knowledge oriented toward collective

welfare.

This research builds a holistic and critical scientific perspective, demonstrating the capacity to analyze, understand, and reconstruct cross-disciplinary concepts, particularly in management, green marketing, and healthcare service innovation. This conceptual framework reflects the intellectual maturity required in education, where every theoretical effort is closely linked to rigorous methodological considerations and commitment to developing broader social values.

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL i
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ii
PERTANGGUNGJAWABAN DISERTASI iii
PENGESAHAN DISERTASI iv
UCAPAN TERIMA KASIH iii
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
RINGKASAN vii
SUMMARY ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR GAMBAR xvii
DAFTAR LAMPIRAN xviii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.1.1. *Research Gap* 12
1.1.2. Fenomena Ekonomi Manajemen 17
1.2. Rumusan Masalah 24
1.2.1. Pernyataan Masalah 24
1.2.2. Pertanyaan Masalah 25
1.3. Tujuan Penelitian 25
1.3.1. Tujuan Umum 25
1.3.2. Tujuan Khusus 26
1.4. Kontribusi Penelitian 26
1.4.1. Kontribusi Teoritis 26
1.4.2. Kontribusi Praktis 27
1.5. Orisinalitas 27
1.6. Definisi Utama 35

BAB II TELAAH PUSTAKA 38
2.1. Landasan Teori 38
2.1.1. *Grand Theory – Service Dominant Logic* 38
2.1.2. *Middle Theory – Green Marketing* 40
2.1.3. *Applied Theory* 42
2.2. Kajian Empiris 49
2.3. Konseptual dan Hipotesis Penelitian 63
2.3.1. Kerangka Konseptual 63
2.3.2. Hipotesis Penelitian 63
BAB III METODE PENELITIAN 68
3.1. Bagan Alir Tahapan Penelitian 68
3.2. Bentuk Penelitian 68
3.3. Tempat dan Waktu Penelitian 70
3.4. Data 70
3.4.1. Jenis Data 71
3.4.2. Sumber Data 72
3.5. Populasi dan Sampel 73
3.5.1. Populasi 73
3.5.2. Sampel 73
3.6. Variabel Penelitian 76
3.6.1. Variabel Penelitian 76
3.6.2. Definisi Operasional Variabel 77
3.7. Teknik Analisis Data 87
3.7.1. Pendekatan Kuantitatif 87
3.7.2. Pendekatan Kualitatif 95
BAB IV GAMBARAN KONTEKSTUAL PENELITIAN 99
4.1. Pengantar 99
4.2. Gambaran Kontekstual Penelitian 101
4.3. Analisis Data: Pendekatan Kuantitatif 103
4.3.1. Deskripsi Responden 103
4.3.2. Deskripsi Variabel 105

4.3.3. Proses Analisis Data 117
4.3.4. APengujian Model Struktural *(Structural Model)* 129
4.4. Analisis Data: Pendekatan Kualitatif 136
4.4.1. Deskripsi Informan 136
4.4.2. Proses Analisis Data 139
4.4.3. Triangulasi Data pada Variabel Penelitian 141
4.4.4. Hasil Analisis Data 146
BAB V PEMBAHASAN 157
5.1. Pembahasan Berdasarkan Theoritical Background 157
5.1.1 *Service Dominant Logic (SDL)* 157
5.1.2 *Green Marketing* 158
5.1.3 Orientasi Pelanggan 160
5.1.4 Inovasi Pelayanan 162
5.1.5 Nilai *Green Health* 163
5.1.6 Kepuasan Pelanggan 165
5.1.7 Loyalitas Pelanggan 166
5.2. Pembahasan Berdasarkan Empirical Background 167
5.2.1 Hipotesis Pertama: orientasi pelanggan berpengaruh langsung terhadap Nilai *Green Health* 167
5.2.2 Hipotesis Kedua: orientasi pelanggan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan 169
5.2.3 Hipotesis Ketiga: inovasi pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan 170
5.2.4 Hipotesis Keempat: Nilai *Green Health* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan 171
5.2.5 Hipotesis kelima: kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan 172
5.2.6 Hipotesis keenam: orientasi pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui Nilai *Green Health* sebagai mediasi 173
5.2.7 Hipotesis ketujuh: orientasi pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai mediasi 174

5.2.8 Hipotesis kedelapan: inovasi pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai mediasi 176
5.2.9 Peran orientasi pelanggan, inovasi pelayanan, Nilai *Green Health* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pasien Rumah Sakit di Kuching, Sarawak, Malaysia 177
5.3. Pembahasan Berdasarkan Implikasi Hasil 178
5.3.1 Orientasi Pelanggan Dan Nilai *Green Health* 178
5.3.2 Orientasi Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan 179
5.3.3 Inovasi Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan 180
5.3.4 Nilai *Green Health* dan Kepuasan Pelanggan 180
5.3.5 Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan 181
5.3.6 Orientasi Pelanggan, Nilai *Green Health* dan Kepuasan Pelanggan 182
5.3.7 Orientasi Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan .. 183
5.3.8 Inovasi Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan..... 183
5.3.9 Peran orientasi pelanggan, inovasi pelayanan, Nilai *Green Health* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pasien Rumah Sakit di Kuching, Sarawak, Malaysia 184
BAB VI PENUTUP 186
6.1. Kesimpulan 186
6.2. Implikasi Teoritis 190
6.3. Implikasi Manajerial 191
6.4. Implikasi Kebijakan 192
6.5. Keterbatasan Penelitian 193
6.6. Rekomendasi Penelitian Mendatang 193
DAFTAR PUSTAKA 195
LAMPIRAN 209

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Research Gap 14
Tabel 1. 2 Survei Kebutuhan dan Harapan Pelanggan / Pasien 22
Tabel 1. 3 Hasil Pra Research Mengenai Green Hospital Concept..... 23
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Tentang Orientasi Pelanggan..... 49
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Tentang Inovasi Pelayanan..... 52
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Tentang Nilai Green Health..... 55
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu Tentang Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan..... 57
Tabel 3. 1 Desain Penelitian Mixed Method..... 69
Tabel 3. 2 Penentuan Jumlah Sampel 74
Tabel 3. 3 Pemberian Kode Partisipan..... 75
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel Penelitian..... 78
Tabel 3. 5 Deskripsi Keabsahan Data 97
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden..... 103
Tabel 4. 2 Deskripsi Variabel Orientasi Pelanggan (X1)..... 107
Tabel 4. 3 Deskripsi variabel Inovasi Pelayanan (X2)..... 109
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Nilai Green Health (M1)..... 111
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (M2)..... 114
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) 116
Tabel 4. 7 Pengujian Normalitas Data Secara Multivariate..... 118
Tabel 4. 8 Uji Validitas Konvergen Tahap Awal..... 122
Tabel 4. 9 Tabel Goodness of Fit Tahap Awal 123
Tabel 4. 10 Uji Validitas Konvergen Tahap Akhir..... 125
Tabel 4. 11 Goodness of Fit Tahap Akhir..... 126
Tabel 4. 12 Uji Validitas Diskriminan..... 128
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas 129
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Goodness of Fit Model 131
Tabel 4. 15 Nilai Estimasi Model Struktural 133
Tabel 4. 16 Nilai yang digunakan untuk Uji Sobel..... 133

Tabel 4. 17 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung (Inderect Effect) 133
Tabel 4. 18 Karakteristik Informan Rumah Sakit Kuching, Sawarak, Malaysia 136
Tabel 4. 19 Karakteristik Penerapan Konsep Green Hospital..... 137
Tabel 4. 20 Karakteristik Informan: Pasien / Pengguna Rumah Sakit..... 138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pasien Yang Berobat Ke Luar Negeri 17
Gambar 1. 2 Perkembangan Jumlah Rumah Sakit Umum di Indonesia 18
Gambar 1. 3 Perkembangan Fasilitas Kesehatan (Rumah Sakit) Di Kalimantan Barat Tahun 2019 – 2021 19
Gambar 1. 4 Sektor Unggulan Kalimantan Barat 20
Gambar 1. 5 Pertumbuhan Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial 21
Gambar 1. 6 Proses Sintesis 28
Gambar 1. 7 Peta Overlay Visualization Green Marketing 32
Gambar 1. 8 Peta Density Visualization Green Marketing 34
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual 63
Gambar 3. 1 Bagan Alir Penelitian 68
Gambar 3. 2 . Panel a: illustrasi pengaruh langsung. Panel b: illustrasi melalui mediasi 93
Gambar 3. 3 Structural Equation Modelling – Full Model 94
Gambar 3. 4 Komponen Dalam Analisis Data (Interactive Model) 96
Gambar 4. 1 Alasan Pasien / Pelanggan Rumah Sakit Memilih Rumah Sakit, Kuching, Sarawak, Malaysia 102
Gambar 4. 2 Persentase Rumah Sakit, Kuching, Sarawak, Malaysia yang Dikunjungi 105
Gambar 4. 3 Diagram Jalur (Path Diagram) 121
Gambar 4. 4 Diagram Jalur (Path Diagram) Tahap Akhir 124
Gambar 4. 5 Standardized Estimate Structural Equation Modelling-Full Model 130
Gambar 4. 6 Peta Projek – Orientasi Pelanggan 147
Gambar 4. 7 Peta Projek – Inovasi Pelayanan 149
Gambar 4. 8 Peta Projek – Nilai Inovasi Green – Health 151
Gambar 4. 9 Peta Projek – Kepuasan Pelanggan 153
Gambar 4. 10 Peta Projek – Loyalitas Pelanggan 155

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Pernyataan Kuesioner 209
Lampiran II. Karakteristik Responden 218
Lampiran III. Hasil Data Tabulasi 355
Lampiran IV. Output Data 363
Lampiran V. Hasil Perhitungan Validitas dan Reliabilitas 365
Lampiran VI. Model Fit Summary 366
Lampiran VII. Hasil Perhitungan Hipotesis 368
Lampiran VIII: Hasil Transkrip Wawancara 369
Lampiran IX. Facus Group Discussion 398
Lampiran X. Hasil Bebas Dari Plagiat 405
Lampiran XI. Hasil Publikasi 406

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, perubahan perilaku konsumen dalam berbagai aspek termasuk gaya hidup telah banyak mengalami perubahan. Salah satu gaya hidup konsumen yang kini sedang berkembang adalah gaya hidup yang mempertimbangkan kesehatan lingkungan (Wandolo, 2023). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh PwC *(PricewaterhouseCoopers)* menghasilkan bahwa 85% penduduk Indonesia dengan sadar memilih produk / pelayanan yang lebih ramah lingkungan (SWA, 2021). Konsumen kini semakin termotivasi untuk melindungi lingkungan dan mengubah perilaku mereka dengan memilih produk / layanan yang ramah lingkungan. Pilihan konsumsi didasarkan pada kepedulian mereka terhadap isu keberlanjutan dan kesehatan, sehingga cenderung menghindari produk atau layanan yang berisiko terhadap kesehatan diri (Choi & Feinberg, 2021; Manongko, 2018). Begitu pula dalam pelayanan kesehatan, dituntut untuk menerapkan standar *green hospital* pada operasional Rumah Sakit baik dari sisi lanskap bangunan, pengelolaan limbah medis, efisiensi energi dan air, serta kemasan obat yang *eco-friendly* (Kumar, 2020; Lavuri *et al.*, 2022). Diungkapkan oleh Kotler and Keller (2016); Setini (2022) bahwa perilaku dan ekspektasi konsumen yang memiliki gaya hidup sehat dan keberlanjutan memiliki keunikan terhadap atribut keberlanjutan yaitu pelanggan yang tidak hanya mempertimbangkan kualitas klinis dan harga dalam memilih layanan kesehatan, namun juga faktor-faktor sosial berupa produk atau pelayanan yang lebih mengandung konsep ramah pelanggan. Oleh sebab itu, sangat penting bagi penyedia layanan kesehatan khususnya Rumah Sakit memahami dan memenuhi harapan, kebutuhan pelanggan agar dapat meraih kepuasan mereka (Ertz & Patrick, 2020).

Menurut Li Tao (2019) pada bukunya mengenai *Management Healthcare Service* mengatakan bahwa manajemen pelayanan kesehatan merupakan perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, dan pengendalian layanan kesehatan untuk memenuhi kebutuhan pasien dan meningkatkan kualitas perawatan secara keseluruhan. Manajemen layanan kesehatan melibatkan pengelolaan berbagai

aspek layanan kesehatan, seperti aliran pasien, alokasi sumber daya, pemanfaatan layanan, waktu tunggu, dan metrik kinerja. Manajemen layanan kesehatan bertujuan untuk memastikan bahwa pasien mendapatkan perawatan yang mereka butuhkan dan dapat menikmati setiap fasilitas yang disediakan. Penyedia pelayanan kesehatan khususnya Rumah Sakit dapat menciptakan pelayanan kesehatan *(healthcare service)* yang berinovasi seperti penerapan *green hospital management.* Pelayanan kesehatan yang inovatif dianggap salah satu aspek penting dalam membangun kepuasan pasien dan membentuk pelanggan yang loyal. Pelayanan kesehatan merupakan pelayanan kesehatan yang diberikan Rumah Sakit mencakup penyediaan perawatan medis, perawatan mental, dan dukungan kepada orang yang membutuhkan perawatan medis. Layanan kesehatan yang berkualitas adalah pelayanan yang memastikan pasien menerima perawatan terbaik diantaranya mencakup banyak hal, seperti bangunan fisik, lingkungan yang ramah pelanggan, responsif, komunikatif, privasi, dan keselamatan (Fatima *et al.*, 2018; Pekkaya *et al.*, 2019).

Rumah Sakit dapat membangkitkan minat dan menciptakan citra di benak pelanggan dengan menerapkan strategi pemasaran seperti periklanan, pelabelan, pengungkapan tanggung jawab perusahaan, dan desain interior yang ramah lingkungan adalah (Rahman & Luomala, 2021). Kepedulian terhadap lingkungan dalam pelayanan kesehatan dapat dimulai dari pengelolaan limbah, drainase, konservasi energi dan air, penggunaan material yang baik bahkan suasana lingkungan yang memberikan kenyamanan bagi pelanggan seperti sirkulasi udara dan pemandangan yang alami (Anwar, 2022; Venter *et al.*, 2020). Begitu pula faktor lainnya yang perlu diperhatikan pada pelayanan kesehatan yaitu proses kinerja Rumah Sakit dalam menciptakan kepuasan pelanggan, salah satunya adalah dengan memperhatikan kinerja lingkungan Rumah Sakit. Meningkatnya kepuasan pelanggan dapat dinilai dari status kesehatannya dimana hal ini berhubungan langsung dengan aspek – aspek seperti kesejahteraan, kebahagian dan kualitas hidup sehingga pelayanan kesehatan dirancang untuk mempengaruhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan manfaat yang akan tercermin dalam kesehatan fisik dan/atau mental mereka (Popa *et al.*, 2022). Zhan *et al.* (2022) mengungkapkan

bahwa pelayanan kesehatan seperti Rumah Sakit sebaiknya memberikan layanan yang berkualitas dengan menerapkan pada konsep Rumah Sakit yang ramah lingkungan *(green hospital)*.

Rumah Sakit ramah lingkungan dilakukan dalam rangka beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen dan mewujudkan keberlangsungan kehidupan manusia dan ekonomi (Kemenkes, 2019). Langkah – langkah yang diambil oleh pihak Rumah Sakit untuk menciptakan upaya tersebut adalah dengan menerapkan praktik berkelanjutan. Rumah Sakit ramah lingkungan merupakan salah satu praktik pembangunan berkelanjutan pada industri jasa kesehatan dengan tujuannya adalah untuk mengoptimalkan lingkungan Rumah Sakit yang berkualitas dan menciptakan kenyamanan sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan (Teymourzadeh *et al.*, 2020). Indonesia sendiri memiliki permasalahan terkait kualitas kesehatan lingkungan Rumah Sakit dan citra merek tenaga medis (bigalphaid, 2023). Selain itu, penerapan Rumah Sakit yang ramah lingkungan baik swasta maupun publik belum maksimal khususnya di Kalimantan Barat, namun disisi lain secara geografi Kalimantan Barat berbatasan langsung dengan Kuching, Sarawak, Malaysia Menurut Angeline Fremalco sebagai ketua komisi I DPRD Kalbar menyatakan bahwa total masyarakat Kalimantan Barat melakukan perjalanan ke Kuching, Sarawak, Malaysia melalui kelima Pos Lintas Batas Negara (PLBN) sebanyak 15 – 16 ribu orang perbulan dan 80% melakukan pengobatan di empat Rumah Sakit swasta di Kuching, Sarawak, Malaysia diantaranya adalah Normah Medical Specialist Center, Borneo Medical Center, Timberland Medical Center dan KPJ Kuching Specialist Hospital (Fremalco, 2022).

Keempat Rumah Sakit tersebut telah menerapkan *green hostpital concept* yaitu: (1) Rumah Sakit Normah Medical Specialist Center. Konsep ramah lingkungan yang diterapkan pada Rumah Sakit ini diantaranya lingkungan yang bersih, terdapat ruang terbuka, sirkulasi udara didalam ruangan yang baik, penggunaan alat-alat elektronik yang lebih hemat energi, lahan parkir yang luas dan terbuka, kemudahan akses untuk mendapatkan fasilitas pendukung lainnya dan ketersediaan air bersih yang baik, penggunaan air bersih automatis, dan mengkomunikasikan untuk melakukan tindakan yang lebih ramah lingkungan

(NMSC, 2024); (2) Timberland Medical Center. Menurut Kaur (2024) bahwa lingkungan Timberland Medical Center yang lebih ramah lingkungan dengan menerapkan kualitas udara yang berkualitas didalam ruangan, penggunaan alat – alat kesehatan yang lebih ramah lingkungan, penyampaian pengetahuan mengenai konsep ramah lingkungan melalui banner – banner di area Rumah Sakit, dan penerapan lanskap ruangan yang lebih *open space* serta kemudahan akses menuju Rumah Sakit; (3) KPJ Kuching Specialist Hospital – telah memperoleh sertifikasi *Green Building Index* (GBI) dalam kategori *Non-residential New Construction*, menetapkan standar bagi fasilitas kesehatan lainnya. KPJ Specialist Center memfokuskan pada efisiensi energi yang menjadi komponen terpenting dalam semua alat penilaian bangunan hijau. Rumah sakit ini mengimplementasikan sistem pendinginan hemat energi, teknologi pencahayaan LED, dan sistem manajemen bangunan pintar untuk mengurangi konsumsi listrik secara signifikan. Selain itu, perhatian khusus diberikan pada kualitas lingkungan dalam ruangan yang mencakup ventilasi optimal, pencahayaan alami, dan penggunaan material rendah emisi, yang secara langsung berdampak positif pada kesehatan dan pemulihan pasien. Pengelolaan air yang efisien juga menjadi bagian integral dari strategi green hospital KPJ, termasuk penggunaan fixture hemat air dan sistem pengolahan air limbah yang canggih. KPJ Specialist Center juga memaksimalkan perencanaan situs berkelanjutan dengan menciptakan ruang hijau yang memadai dan akses transportasi yang efisien, mendukung komitmen jangka panjang terhadap operasional ramah lingkungan. Pendekatan berkelanjutan yang diterapkan oleh KPJ Specialist Center sangat signifikan mengingat bangunan rumah sakit merupakan konsumen energi terbesar. Inisiatif *green building* ini tidak hanya menurunkan biaya operasional tahunan tetapi juga mendukung upaya global dalam memerangi perubahan iklim dan menciptakan lingkungan penyembuhan yang lebih sehat bagi pasien (Abd Rahman *et al.*, 2021; KPJ, 2024); (4) Borneo Medical Center Kuching – merupakan salah satu Rumah Sakit swasta yang berada di Kuching, Sarawak, Malaysia yang memiliki lanskap yang terencana dengan baik sehingga BMC dapat menciptakan lingkungan yang menenangkan bagi pasien dan pengunjung. BMC menyediakan pemandangan alami yang dapat memberikan efek terapeutik dan

mendukung kesehatan mental pasien. Selain itu, BMC telah mengoptimalkan pemanfaatan pencahayaan alami yang dapat mengurangi konsumsi energi sekaligus menciptakan lingkungan penyembuhan yang lebih alami. BMC menerapkan sistem penunjuk arah yang menarik perhatian dan tidak menyulitkan, mengurangi stres pasien dan pengunjung ketika mencari lokasi yang dituju. Kebersihan ditingkatkan melalui implementasi otomasi disinfektan yang menjamin lingkungan lebih higienis dan mengurangi risiko infeksi. BMC juga memperhatikan aspek aksesibilitas moda transportasi bagi pasien dan pengunjung. Komitmen formal BMC terhadap *green hospital* dibuktikan dengan diperolehnya sertifikasi Public-Private Healthcare Partnership dan Green Building Index. Sertifikasi ini menunjukkan bahwa BMC tidak hanya fokus pada aspek perawatan kesehatan tetapi juga pada keberlanjutan lingkungan dan efisiensi sumber daya, menciptakan diferensiasi strategis dalam layanan kesehatan yang mereka berikan (BMC, 2015).

Layanan kesehatan akan lebih memfokuskan kepada kepuasan pelanggan, hal ini bertujuan untuk menciptakan loyalitas pelanggan yang maksimal sehingga penting untuk melakukan penelitian mengenai loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit dan dibutuhkan penelitian yang lebih rinci untuk memahami pelayanan di Rumah Sakit dengan memfokuskan pada orientasi pelanggan dan inovasi pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Diungkapkan oleh Absah *et al.* (2020) tercapainya kepuasan pelanggan ini, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.

Terciptanya loyalitas pelanggan pada sektor *healthcare service* dapat menggunakan salah satu cara dengan menerapkan pemasaran ramah lingkungan / *green marketing* (Awang *et al.*, 2018). Kajian tentang *green marketing* lebih kepada pembahasan mengenai karakteristik, niat pembelian, perilaku pelanggan, strategi pemasaran, dan inisiatif kebijakan publik terkait pemasaran ramah lingkungan (Ali, 2021; Dangelico & Vocalelli, 2017; Liu *et al.*, 2020; Mo *et al.*, 2022; Polonsky, 2011). Loyalitas pelanggan menurut Griffin (2005) merujuk pada pola perilaku pembelian yang menunjukkan konsistensi dari waktu ke waktu dan memiliki preferensi khusus terkait produk atau layanan yang mereka beli dan dari siapa mereka membelinya. Loyalitas pelanggan berkaitan dengan durasi hubungan

pelanggan dan penyedia, persentase anggaran yang dihabiskan oleh pelanggan dengan perusahaan, dan tingkat retensi pelanggan. Secara sederhana, loyalitas pelanggan berarti pelanggan secara berulang kali melakukan pembelian dari perusahaan tertentu dan memiliki preferensi yang lebih tinggi terhadap perusahaan tersebut dibandingkan dengan yang lain. Pada sektor pelayanan kesehatan, biasanya pelanggan membentuk pandangan terhadap pembelian berdasarkan pengalaman layanan sebelumnya dan juga mengembangkan sikap tentang apakah akan tetap menggunakan layanan atau meninggalkannya (Zeithaml, 2000). Loyalitas mengacu pada keinginan pasien untuk terus memanfaatkan layanan dari Rumah Sakit swasta tertentu. Hal ini menjadi faktor krusial bagi penyedia layanan kesehatan dalam mempertahankan pelanggan mereka dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar industri kesehatan (Fatima *et al.*, 2018; Guglielmetti Mugion *et al.*, 2020).

Loyalitas pelanggan tercipta karena adanya kepuasan pelanggan (Fatima *et al.*, 2018; Riva *et al.*, 2019). Tingkat kepuasan pelanggan merupakan hasil positif dari pengalaman yang telah diterima / dirasakan oleh pelanggan (Apaolaza *et al.*, 2020) khususnya pada industri kesehatan. Tingkat kepuasan pasien dengan layanan kesehatan telah menarik perhatian sistem medis. Mulai dari memberikan nilai pengalaman pelanggan, teknologi, kualitas pelayanan yang dirasakan, dan layanan fisik penyedia layanan fisik (Ai *et al.*, 2022; Apaolaza *et al.*, 2020; Ren *et al.*, 2021). Kepuasan pelanggan / pasien dalam konteks penelitian yang dilakukan pada *healthcare services* ini mengacu pada kemampuan penyedia pelayanan kesehatan memberikan pelayanan (Dong *et al.*, 2019). Kemampuan penyedia pelayanan kesehatan dapat berupa implementasi nilai ramah lingkungan. Awang *et al.* (2018) menyatakan bahwa dalam membangun *green marketing* terdapat dua hal yang dipertimbangkan, yaitu praktek ramah lingkungan dan citra ramah lingkungan. Dibandingkan dengan citra ramah lingkungan, penelitian menunjukkan bahwa praktik ramah lingkungan memiliki dampak yang lebih besar pada kepuasan pelanggan.

Industri jasa khususnya sektor pelayanan kesehatan, menciptakan nilai tambah / manfaat bagi pelanggan menjadi hal yang penting. Nilai tambah / manfaat ini dapat dicapai dengan menggunakan pemasaran ramah lingkungan sebagai upaya

untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pemasaran ramah lingkungan sebagai nilai tambah mencerminkan proses perancangan, promosi, penetapan harga, dan distribusi produk atau layanan yang berfokus pada aspek keberlanjutan. Konsep pemasaran ramah lingkungan melibatkan pendekatan yang holistik dengan tujuan mengurangi dampak negatif industri terhadap lingkungan. Selama beberapa tahun terakhir, pemasaran ramah lingkungan telah berkembang dari fokus pada elemen lingkungan tertentu menjadi fokus pada keberlanjutan secara global, dan dari berfokus pada produk dan industri tertentu menjadi melibatkan pasar secara keseluruhan (Dangelico & Vocalelli, 2017). Pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan kesehatan kepada pelanggannya mencakup aspek kepedulian terhadap lingkungan. Pemasaran ramah lingkungan atau *green marketing*, merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk mencapai keunggulan kompetitif, dan saat ini menjadi trend yang diadopsi oleh banyak organisasi dan masyarakat, hal ini terjadi karena adanya peraturan yang lebih ketat dalam perlindungan lingkungan dan perubahan pola perilaku pelanggan yang semakin peduli terhadap lingkungan. Perubahan ini telah mengubah pola persaingan di berbagai industri di seluruh dunia (Chen *et al.*, 2006; Russo & Fouts, 1997).

Perubahan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang terus bergerak, membuat mekanisme operasional bisnis dialihkan, dari yang tradisional menjadi bisnis yang lebih memperhatikan pilihan pelanggan. Pelanggan lebih sadar akan kebutuhan tentang kesehatan dan perlindungan lingkungan sekitarnya (Colvin *et al.*, 2020). Adanya perubahan perilaku mengenai kebutuhan dan keinginan dalam sektor kesehatan maka terciptalah Nilai *Green Health* yang merupakan turunan dari pemasaran ramah lingkungan dan *green perceived value* dimana hal ini dapat memberikan nilai kepada pelanggan terkait lingkungan yang sehat.

Berdasarkan Zeithaml (1988) mengungkapkan bahwa nilai yang dirasakan pelanggan merupakan persepsi dari penilaian keseluruhan terhadap produk atau pelayanan yang diberikan dan yang diterima oleh pelanggan. Pada industri kesehatan, menciptakan nilai ramah lingkungan tidak hanya penting untuk dilakukan namun hal ini juga dapat membuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Lam *et al.*, 2016). Namun, manfaat dari ramah lingkungan saja tidak

cukup, pengembangan inovasi yang berkelanjutan dalam sektor layanan kesehatan merupakan hal yang penting karena perilaku masyarakat yang mulai berubah. Kesehatan disini tidak hanya bicara tentang kesehatan fisik saja tetapi mengenai kesehatan mental (Lee *et al.*, 2020; Piacentini *et al.*, 2019). Berdasarkan Hassan (2020) pada artikelnya yang berjudul *Mental Health Benefits of Going Green: Why It Feels So Good* berargumen bahwa saat ini masyarakat mengalami gangguan kesehatan secara fisik dikarenakan tingkat stress yang tinggi. Oleh karena itu, mengadopsi gaya hidup berkelanjutan memiliki keterampilan manajemen stres yang lebih baik dan dapat fokus pada tugas yang akan diselesaikan. Menerapkan pendekatan ramah lingkungan tidak hanya baik untuk kesehatan mental, tetapi juga untuk keluarga, sosial, dan lainnya. Manfaatnya yang luas, jadi secara sadar berusaha untuk lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan pada akhirnya akan mengalami perubahan dramatis dalam suasana hati, kesehatan mental, hubungan, dan standar hidup secara keseluruhan.

Perilaku peduli lingkungan bermanfaat untuk jiwa dan merangsang pikiran untuk melakukan yang terbaik, meningkatkan produktivitas, aktivitas, dan efisiensi. Begitu pula menurut Chen *et al.* (2012) dan Ai *et al.* (2022) menyatakan bahwa lingkungan yang ramah lingkungan dapat memberikan pengalaman yang positif baik bagi pasien maupun staf kesehatan sehingga nilai kesehatan yang inovatif menjadi unsur yang penting untuk kesehatan baik secara fisik maupun mental (Sharma *et al.*, 2020).

Penyedia layanan kesehatan juga diharapkan mampu memberikan pelayanan yang unggul dan sesuai dengan harapan pelanggan atau pasien. Salah satu bentuk pelayanan yang penting dalam industri layanan kesehatan adalah inovasi pelayanan *(service innovation)*. Menurut Berry (2019), inovasi pelayanan sangat diperlukan dalam bidang kesehatan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan tetap bersaing di pasar. Penyedia layanan kesehatan yang progresif berhasil membangun budaya inovasi yang menciptakan dan menerapkan inovasi pelayanan. Inovasi pelayanan dapat dijelaskan sebagai proses kolaboratif yang terjadi antara berbagai aktor dalam jaringan (Lusch & Nambisan, 2015). Inovasi pelayanan di bidang kesehatan mendorong pengembangan solusi perawatan yang personal dan

meningkatkan interaksi antara aktor kesehatan untuk menciptakan cara baru dalam memberikan nilai sesuai dengan harapan pasien (Guarcello & de Vargas, 2020). Omachonu and Einspruch (2010) berpendapat, peningkatan inovasi di bidang kesehatan dalam teknologi produk, pengobatan, dan penyampaian perawatan telah berhasil meningkatkan harapan hidup dan kualitas hidup pasien, serta mempermudah akses terhadap perawatan, pengobatan, dan pilihan diagnostik. Inovasi pelayanan di bidang kesehatan juga menghasilkan efisiensi, mengurangi biaya, dan mengurangi kesalahan manusia. Inovasi pelayanan peranannya menjadi sangat penting dalam ekosistem kesehatan (Guarcello & de Vargas, 2020). Selain inovasi pelayanan, orientasi pelanggan *(consumen orientation)* juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Gonu *et al.*, 2023; Riva *et al.*, 2019; Sitanggang & Absah, 2019).

Orientasi pelanggan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan tentang kebutuhan dan keinginan target pasar dan kemampuan untuk menghasilkan nilai sesuai dengan harapan pelanggan (Homburg *et al.*, 2011; Narver *et al.*, 2004). Bagi usaha yang bergerak pada sektor *healthcare service* pada Rumah Sakit, kemampuan untuk menciptaan nilai sesuai dengan harapan pelanggan sangatlah penting karena akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Diungkapkan oleh (He *et al.*, 2011); Wang *et al.* (2012) menyatakan bahwa orientasi pelanggan dapat berdampak pada kepuasan pelanggan apabila terdapat *value-based customer orientation* dan *action-based customer orientation*. Begitu pula menurut hasil penelitian (Riva *et al.*, 2019) yang menghasilkan bahwa kinerja kualitas karyawan dan orientasi pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ditemukan pula bahwa kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang signifikan dengan loyalitas pelanggan. Pada jasa layanan kesehatan dulunya hanya berfokus pada layanan pengobatan dan perawatan kesehatan saja namun saat ini sudah mulai berubah, tidak hanya melalui pengobatan dan perawatan kesehatan tetapi mulai berfokus pada pencegahan dan mengkomunikasikan bagaimana menjaga gaya hidup sehat sehingga penyedia pelayanan kesehatan mulai bertransformasi kearah konsep Rumah Sakit ramah lingkungan.

Konsep Rumah Sakit ramah lingkungan sangat diperlukan karena mempunyai pengaruh secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap kesehatan pasien. Meningkatnya penyembuhan pasien dapat memberikan kepuasan bagi pasien. Menurut (Badrick, 2023) pada artikelnya di majalah *Medical Tourism Magazine* yang berjudul *Going Green Helps Improve Patient Health* bahwa terdapat beberapa area dalam menciptakan nilai tambah Rumah Sakit yang menerapkan konsep ramah lingkungan sehingga akan berdampak besar pada kesembuhan pasien.

Nilai tambah yang dirasakan oleh pelanggan ini dikemukan oleh R. Lusch and S. Vargo (2006) melalui teori *Service Dominant Logic* (SDL) memberikan kerangka teoretis yang komprehensif dalam memahami penciptaan nilai dalam industri jasa, termasuk sektor pelayanan kesehatan. Paradigma ini menekankan bahwa nilai tidak tertanam dalam produk, melainkan diciptakan bersama *(co-created)* melalui interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan. Pada konteks pelayanan kesehatan, penciptaan nilai bersama terjadi melalui interaksi antara tenaga kesehatan dan pasien, dimana kompetensi medis dan preferensi pasien berkolaborasi dalam menciptakan hasil kesehatan yang optimal. Perkembangannya, SDL telah mengalami evolusi yang signifikan sejak diperkenalkan pada tahun 2004. Perluasan teoretis ini membuka peluang untuk mengintegrasikan aspek keberlanjutan dan inovasi dalam penciptaan nilai layanan. Pada sektor kesehatan, integrasi ini mewujud dalam bentuk Nilai *Green Health*, yang menggabungkan kompetensi medis dengan prinsip-prinsip keberlanjutan lingkungan. Konsep Nilai *Green Health* yang muncul sebagai manifestasi dari integrasi ini sejalan dengan premis fundamental SDL tentang penciptaan nilai yang berkelanjutan.

Relevansi SDL dalam konteks penelitian ini terletak pada kemampuannya menjelaskan dinamika penciptaan nilai dalam pelayanan kesehatan modern. Orientasi pelanggan dan inovasi pelayanan dalam penelitian ini mencerminkan prinsip-prinsip SDL tentang pentingnya sumber daya dalam menciptakan nilai superior. Evolusi SDL dalam mengakomodasi tuntutan keberlanjutan dalam penciptaan nilai. Kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi indikator keberhasilan penciptaan nilai bersama sesuai dengan kerangka SDL. Penggunaan SDL sebagai

grand theory dalam penelitian ini memberikan fondasi teoretis yang kokoh untuk memahami transformasi pelayanan kesehatan kontemporer. Paradigma ini tidak hanya menjelaskan pentingnya kompetensi dan inovasi dalam pelayanan kesehatan, tetapi juga memberikan kerangka untuk mengintegrasikan aspek keberlanjutan lingkungan dalam penciptaan nilai. Hal ini sangat relevan mengingat meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pelayanan kesehatan yang efektif secara medis.

Konsep Rumah Sakit ramah lingkungan dapat berupa (1) *green design* – merupakan kriteria yang lebih menekankan pada lanskap bangunan Rumah Sakit yang lebih alami dan lingkungan sekitar yang lebih alami contohnya terdapat taman-taman baik itu taman yang digunakan untuk kesembuhan pasien maupun yang digunakan untuk tujuan sebagai estetika. Lanskap bangunan yang lebih alami ini membuat pengalaman positif bagi pasien dan staf Rumah Sakit sehingga akan meningkatkan pemulihan pasien dan bagi tenaga kesehatan dapat mengurangi tingkat stress yang akan berdampak pada pelayanan yang optimal dan ramah. (2) *green food* – menyangkut pada makanan yang diberikan pihak Rumah Sakit kepada pasiennya karena cara makanan disiapkan dan disajikan dapat mempengaruhi waktu pemulihan pasien. (3) *green transportation* – area ini memfokuskan pada penggunaan transportasi. Terdapat banyak cara di mana transportasi ramah lingkungan secara tidak langsung dapat meningkatkan kesehatan pasien. Masalah kesehatan pernapasan secara langsung dipengaruhi oleh polusi kendaraan. Memberikan kemudahan akses layanan transportasi bagi pasien, tamu, dan staf dapat membantu mengurangi polusi udara di masyarakat, terutama di dekat Rumah Sakit. Mempromosikan bersepeda melalui parkir tertutup yang aman juga membantu mengurangi polusi dan (4) *green environment* – fasilitas yang diciptakan oleh penyedia pelayanan kesehatan yang memfokuskan pada ramah lingkungan sehingga dapat menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi tenaga kesehatan dan pasien.

Secara umum, peningkatan pemulihan kesehatan pasien karena dipengaruhi oleh dukungan keluarga, kerabat dekat dan keramahtamahan dalam pelayanan tenaga kesehatan. Apabila fasilitas Rumah Sakit tidak menyenangkan untuk

dikunjungi maka pihak keluarga dan kerabat tidak nyaman untuk mengunjungi serta tingkat stres staf kesehatan akan tinggi. Tingkat stres yang tinggi dapat menyebabkan pelayanan yang tidak optimal. Tekanan pada staf diketahui berdampak negatif terhadap waktu pemulihan pasien dan kepuasan pasien. Sebuah fasilitas yang memilih untuk menggunakan konsep ramah lingkungan sebagai bagian dari misinya lebih cenderung menyediakan lingkungan kerja yang lebih baik bagi stafnya. Staf yang merasa terlibat dan didukung dalam kinerja pekerjaannya akan lebih bahagia dan lebih produktif, menghasilkan perawatan pasien yang lebih baik.

Badrick (2023) melaporkan bahwa pertimbangan lingkungan di masing-masing area ini dapat secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi kesehatan pasien dan berdampak positif pada kepuasan dan pendapatan pasien. Terciptanya kepuasan pelanggan ini, dapat menciptakan pengalaman positif bagi pasien / pelanggan sehingga pelanggan akan cenderung lebih loyal. Hur *et al.* (2013) mengungkapkan bahwa sektor pelayanan kesehatan memiliki nilai yang lebih berfokus pada nilai – nilai yang akan diberikan oleh pihak penyedia layanan kesehatan baik itu nilai dari pelayanan, profesional tenaga kesehatan dan lingkungan Rumah Sakit sendiri sesuai dengan harapan pasien sehingga penting bagi penyedia pelayanan kesehatan untuk menanamkan pengalaman positif pada pelanggan. Terdapat beberapa penelitian menemukan beberapa *gap* / celah mengenai hubungan antara orientasi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, seperti yang dijabarkan pada *research gap* dan fenomena dibawah ini:

1.1.1. *Research Gap*

Selama dekade terakhir, penelitian mengenai pemasaran ramah lingkungan *(green marketing)* telah menjadi topik yang menarik bagi banyak peneliti. Saat ini, baik organisasi maupun masyarakat umum semakin memperhatikan pentingnya menjaga keseimbangan lingkungan. Tercapainya keseimbangan lingkungan yang berkelanjutan, diharapkan juga akan terjadi peningkatan dalam aspek perekonomian yang berkelanjutan (Gano-an, 2018; Hove & Rathaha, 2021; Widyastuti *et al.*, 2019). Pemasaran ramah lingkungan saat ini telah menjadi elemen penting dalam upaya meningkatkan dan memperoleh pangsa pasar. Meningkatnya

loyalitas pelanggan karena strategi pemasaran yang semakin memuaskan pelanggan. Pemasaran ramah lingkungan merupakan proses di mana produk, layanan, dan teknologi baru dikembangkan dengan tujuan mendorong pengambilan keputusan yang lebih ramah lingkungan (Sharma, 2021).

Penelitian ini mengadopsi perspektif pemasaran ramah lingkungan dengan menggabungkan aspek - aspek orientasi pelanggan, inovasi pelayanan, Nilai *Green Health* dan kepuasan pelanggan dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Penelitian juga memberikan kontribusi pada diskusi terkini tentang pemasaran ramah lingkungan dalam bidang kesehatan. Studi ini mencakup beberapa temuan penelitian yang menjadi referensi mengenai loyalitas pelanggan. Menciptakan loyalitas pelanggan dapat melalui kepuasan pelanggan. Beberapa penelitian seperti (Apaolaza *et al.*, 2020; Azad & Gupta, 2020; Dogra, 2022; Fatima *et al.*, 2018; Miao *et al.*, 2020) yang mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelayanan kesehatan. Berdasarkan hal tersebut, pentingnya menciptakan kepuasan pelanggan pada sektor jasa kesehatan ini. Menciptakan kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh orientasi pelanggan. Menurut (Dogra, 2022; Gonu *et al.*, 2023; Riva *et al.*, 2019) bahwa orientasi pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan namun terdapat pula beberapa penelitian yang menemukan bahwa orientasi pelanggan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Ai *et al.*, 2022; Amangala & Ateke, 2018; Dah *et al.*, 2023; Sitanggang & Absah, 2019; Templer *et al.*, 2020). Adapun hasil temuan-temuan tersebut terdapat pada hasil penelitian Tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1. 1
Research Gap

No	Fokus Masalah	*Research Gap*	Peneliti	Temuan
1	Hubungan orientasi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan	Temuan hasil yang beragam dengan implikasi yang berbeda-beda mengenai hubungan antara orientasi pelanggan dengan kepuasan pelanggan	(Dogra, 2022)	Orientasi pada pasien memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien dan kualitas layanan. Kepuasan pasien merupakan faktor penentu yang kuat terhadap loyalitas. Kepuasan memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas, serta antara orientasi pada pasien dan kepuasan.
			(Gonu *et al.*, 2023)	Di industri perbankan, orientasi pelanggan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berperan sebagian dalam hubungan antara orientasi pelanggan dan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang lebih baik menyebabkan kepuasan pelanggan lebih tinggi.

			(Riva *et al.*, 2019)	Orientasi konsumen dan kualitas kinerja karyawan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen memiliki hubungan positif signifikan dengan loyalitas konsumen.
			(Sitanggang & Absah, 2019)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pelanggan tidak memiliki dampak yang signifikan pada kepuasan pelanggan. 93% variasi terkait kepuasan pelanggan dapat disebabkan oleh variabel penelitian ini, menurut nilai R-Square (R^2) 0.930.
			(Dah *et al.*, 2023)	Hasil penelitian menempatkan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi yang dimana hubungannya dengan orientasi pelanggan tidak signifikan namun apabila orientasi pelanggan dan CRM mempunyai hubungan langsung yang signifikan terhadap *financial performance*

			(Ai *et al.*, 2022)	Studi ini mengevaluasi lingkungan layanan kesehatan di klinik praktik umum di Malaysia dan menemukan bahwa elemen seperti suasana, kebersihan, dan dekorasi interior memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan kepuasan pasien. Namun, desain eksterior tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dengan kepuasan atau kepercayaan pasien, menunjukkan bahwa tidak semua aspek orientasi pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan pada kepuasan pasien
			(Amangala & Ateke, 2018)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara orientasi pelanggan dan kepuasan pelanggan ternyata tidak signifikan.
			(Templer *et al.*, 2020)	Menemukan bahwa pada orientasi pelanggan tidak signifikan pada kepuasan pelanggan apabila tingkat pengetahuan

				organisasi mengenai keinginan dan kebutuhan pelanggan rendah.

1.1.2. Fenomena Ekonomi Manajemen

Pelayanan kesehatan merupakan salah satu industri jasa yang diperhitungkan dalam pengembangan perekonomian suatu negara. Dimensi yang dipertimbangan pada sektor kesehatan salah satunya adalah pelayanan atau dikenal dengan *healthcare service*. *Healthcare service* dapat berupa bentuk fisik, pelayanan yang diberikan, proses dan teknologi yang digunakan dalam mendukung pelayanan kesehatan.

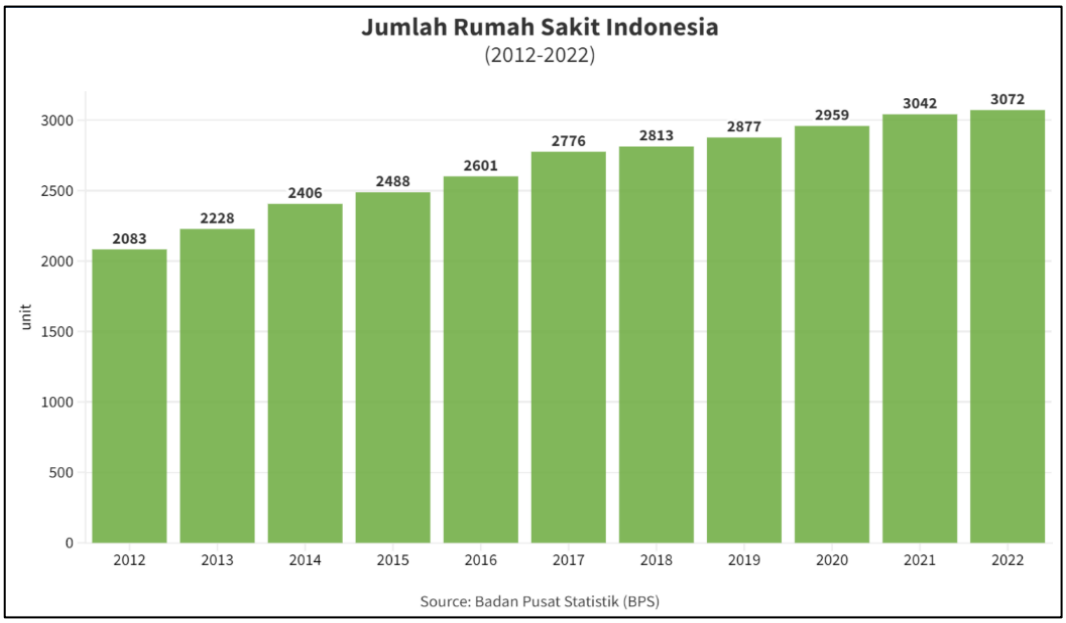
Sektor kesehatan di Indonesia mulai menjadi sorotan, hal ini dapat dilihat bahwa masyarakat Indonesia sendiri menjadi kontributor terbesar dalam melakukan pengobatan / perawatan kesehatan di luar negeri seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.1 dibawah ini:



Gambar 1. 1 Jumlah Pasien Yang Berobat Ke Luar Negeri
Sumber: Saraswati (2019)

Berdasarkan Gambar 1.1 negara-negara tujuan dalam perawatan / pengobatan kesehatan yaitu Singapore, Malaysia dan Thailand. Rata – rata

masyakarat Indonesia mengeluarkan 11,5 Miliar US$ / tahun untuk pengobatan / perawatan di luar negeri (Saraswati, 2019) dan menurut Meikeng (2014) tingkat kunjungan masyarakat Indonesia ke Malaysia melakukan perjalanan kesehatan mencapai 56.76%. Kunjungan masyarakat Indonesia menjadi posisi yang pertama dan kemudian diikuti oleh negara lainnya yaitu India, Jepang, dan negara-negara lainnya. Terdapat pula beberapa fenomena yang kurang baik mengenai *healthcare service* di beberapa Rumah Sakit di Indonesia sehingga banyak masyarakat Indonesia untuk melakukan perawatan ataupun berobat diluar Indonesia. Diungkapkan oleh Bapak Presiden Joko Widodo pada akun twiternya mengatakan bahwa "hampir dua juta penduduk Indonesia masih memilih berobat keluar negeri setiap tahunnya. Kurang lebih satu juta ke Malaysia, 750.000 ke Singapore dan sisanya ke Jepang, Amerika, Jerman dan lain-lain. Hal ini membuat Indonesia kehilangan devisa negara kurang lebih Rp 165 triliun". Fenomena ini dapat menurunkan pendapatan negara dan dapat menghambat perkembangan perekonomian Indonesia. Disisi lain, perkembangan Rumah Sakit di Indonesia terus berkembang, seperti yang di Gambarkan 1.2 dibawah ini.

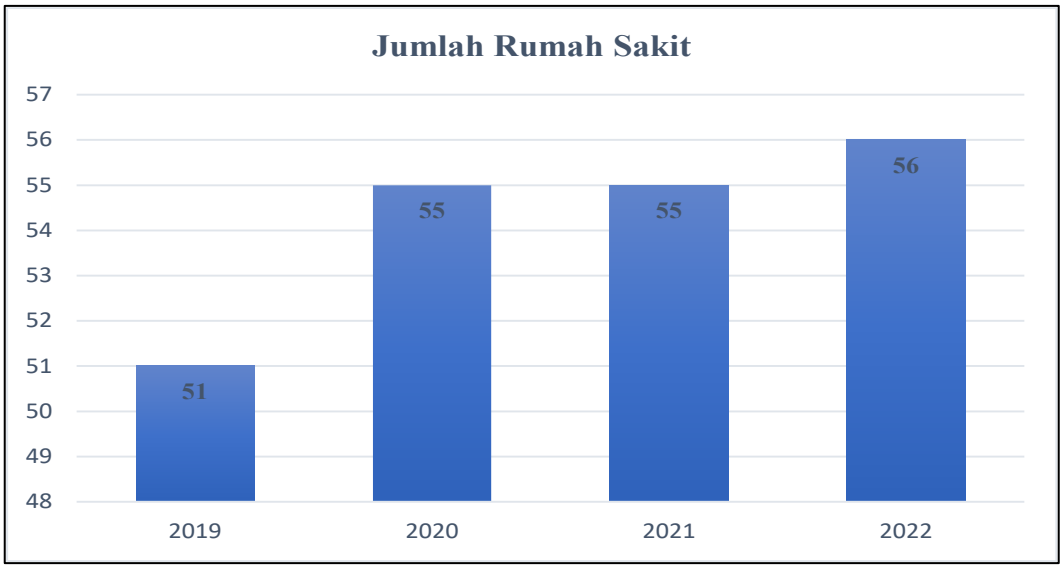


Gambar 1. 2 Perkembangan Jumlah Rumah Sakit Umum di Indonesia
Sumber: (Sadya, 2023)

Berdasarkan Gambar 1.2 bahwa perkembangan Rumah Sakit dari tahun ke tahun terus mengalami kenaikan. Mulai 2021 menuju ke 2022 kenaikan Rumah

Sakit sebesar 0,99% dimana pada tahun 2021 jumlah Rumah Sakit yaitu 3.042 dan ditahun 2022 sebesar 3.072 Rumah Sakit (Sadya, 2023). Jumlah Rumah Sakit ini tidak sebanding dengan jumlah penduduk Indonesia yang berjumlah 257,77 juta jiwa pada tahun 2022. Menurut Purnomo (2022) terdapat penyebab utama bahwa masyarakat Indonesia termotivasi untuk berobat ke luar negeri yaitu layanan Rumah Sakit yang tidak optimal dan relatif rendah sehingga menciptakan ketidakpuasan pasien. Penyebab lainnya yaitu kesenjangan fasilitas di Rumah Sakit, keterbatasan jumlah tenaga medis spesialis, kekurangan sistem manajemen yang terpadu, dan ketidaktersediaan profesional *branding*. Begitu pula untuk daerah Kalimantan Barat.

Kalimantan Barat yang merupakan salah satu provinsi yang berbatasan langsung dengan Kuching, Sarawak, Malaysia dengan 5 pintu lintas batas negara yaitu lintas batas yang berada di Aruk, Badau, Entikong, Jagoi Babang, dan Sungai Kelik (BPPD, 2017) dimana lintas batas negara ini dapat dilalui dengan menggunakan jalan darat. Oleh karena itu, Kalimantan Barat mempunyai potensi yang tinggi untuk sektor medikal atau perawatan ke luar negeri. Walaupun jumlah Rumah Sakit di Kalimantan Barat sudah terus meningkat, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.3 dibawah ini:



Gambar 1. 3 Perkembangan Fasilitas Kesehatan (Rumah Sakit) Di Kalimantan Barat Tahun 2019 – 2021
Sumber: (BPS, 2022)

Gambar 1.3 memperlihatkan bahwa dari tahun 2019 ke 2020 di Kalimantan Barat terdapat peningkatan jumlah Rumah Sakit termasuk Rumah Sakit Umum, Rumah Sakit Khusus dan Rumah Sakit Bersalin. Namun fasilitas, pelayanan, manajemen Rumah Sakit terpadu, dan lingkungan Rumah Sakit belum memadai. Menurut data yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan Prov. Kalimantan Barat bahwa Rumah Sakit di Kalimantan Barat terdapat satu Rumah Sakit bertipe A, tiga Rumah Sakit yang bertipe B, 29 Rumah Sakit bertipe C dan sisanya bertipe D kebawah (Dinkes, 2023) serta penerapan Rumah Sakit ramah lingkungan belum diterapkan sehingga membuat masyarakat Kalimantan Barat melakukan perawatan atau berobat ke luar negeri seperti Sarawak, Malaysia. Menurut Abd Rahman *et al.* (2021); Abdullah (2021) mayoritas Rumah Sakit di Kuching, Sarawak sudah menerapkan *green hospital concept.* Penerapan konsep ramah lingkungan di Rumah Sakit merupakan salah satu cara yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan pasiennya dan dapat menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi (Golbazi & Aktas, 2020).

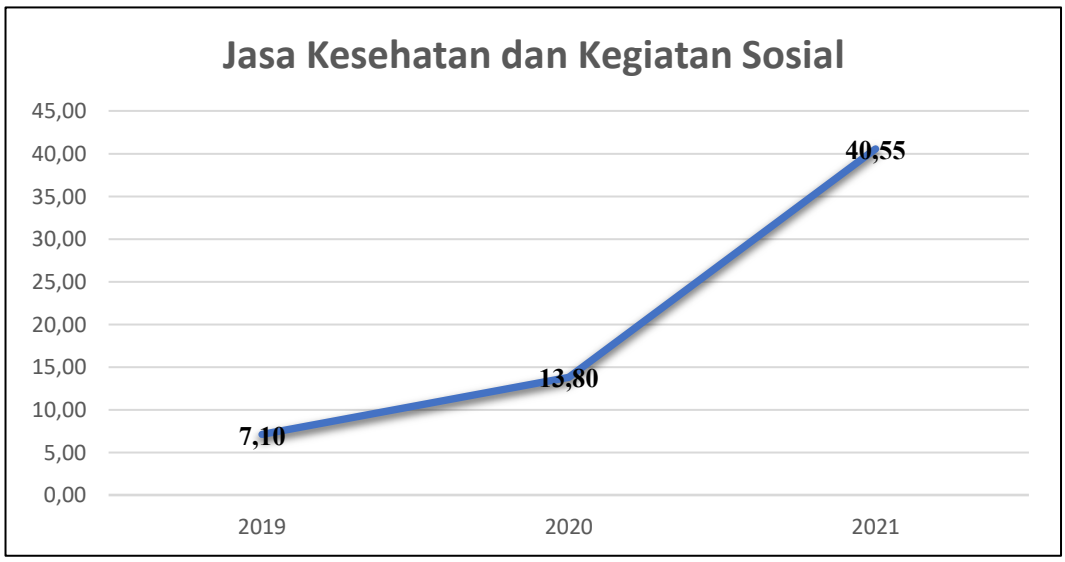
Indonesia sendiri permasalahan pelayanan kesehatan yang harus segera diselesaikan karena pelayanan kesehatan merupakan salah satu sektor penting dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian di Indonesia khususnya bagi Provinsi Kalimantan Barat. Sektor jasa kesehatan ini merupakan salah satu sektor unggulan dalam meningkatkan perekonomian daerah seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.4.

Perbandingan Hasil Analisis LQ, *Klassen Typology Method* dan *Shift Share* pada 17 Sektor Usaha Prov. Kalbar

No.	Sektor Usaha	LQ	Typology Klassen	Shift Share	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	+	+	+	Unggulan
2	Pertambangan dan Penggalian	-	-	-	Non Unggulan
3	Industri Pengolahan	-	-	-	Non Unggulan
4	Pengadaan Listrik, Gas	-	-	-	Non Unggulan
5	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	+	+	+	Unggulan
6	Konstruksi	+	-	-	Non Unggulan
7	Perdagangan Besar dan Eceran, dan Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	+	+	+	Non Unggulan
8	Transportasi dan Pergudangan	-	-	+	Non Unggulan
9	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	-	-	-	Non Unggulan
10	Informasi dan Komunikasi	-	-	-	Non Unggulan
11	Jasa Keuangan	-	-	-	Non Unggulan
12	Real Estate	-	-	-	Non Unggulan
13	Jasa Perusahaan	-	-	+	Non Unggulan
14	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	+	-	-	Unggulan
15	Jasa Pendidikan	+	-	+	Non Unggulan
16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	+	+	+	Unggulan
17	Jasa Lainnya	-	-	+	Non Unggulan

Gambar 1. 4 Sektor Unggulan Kalimantan Barat
Sumber: Ford *et al.* (2022)

Berdasarkan Gambar 1.4 menjelaskan bahwa sektor kesehatan merupakan salah satu dari empat (4) sektor unggulan di Kalimantan Barat dalam mendukung perekonomian daerah. Penilaian sektor – sektor ini menggunakan tiga metode yaitu (1) *Location Quotient (LQ)* yaitu metode yang dilakukan untuk mendapatkan keunggulan komparatif provinsi dibandingkan dengan perekonomian nasional. Perhitungan disini dengan menggunakan indeks *LQ*. (2) *Klassen Typology Method,* yaitu digunakan untuk mengukur pola dan struktur pertumbuhan ekonomi di Provinsi Kalimantan Barat. (3) *Shift Share* yaitu digunakan untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi Provinsi Kalimantan Barat yang dikaitkan dengan daerah pertumbuhan ekonomi nasional. Ketiga metode tersebut, didapat bahwa sektor kesehatan memenuhi kriteria sektor unggulan dalam pertumbuhan ekonomi di Kalimantan Barat (Ford *et al.*, 2022). Pertumbuhan sektor kesehatan terus meningkat setiap tahunnya seperti yang terlihat pada Gambar 1.5 bahwa pertumbuhan pada sektor kesehatan dan kegiatan sosial terus meningkat. Seperti pada tahun 2021 sektor kesehatan dan kegiatan sosial ini meningkat menjadi 40,55% yang tahun sebelumnya hanya 13,80%.



Gambar 1. 5 Pertumbuhan Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial
Sumber: Chusaini (2022)

Pertumbuhan jasa kesehatan yang terus meningkat maka penting bagi sektor jasa kesehatan untuk terus melakukan perbaikan dan berinovasi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Meskipun pertumbuhan sektor kesehatan tidak

sebesar sektor – sektor lainnya seperti pertanian dan kehutanan. Penting bagi penyedia layanan kesehatan terus menciptakan pelayanan yang inovatif untuk memberikan nilai tambah kepada masyarakat dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan yang terus berkembang. Studi *pra research* yang dilakukan pada 62 responden di Kota Pontianak mengenai survei harapan dan kebutuhan pasien / pelanggan sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Survei Kebutuhan dan Harapan Pelanggan / Pasien

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Pelayanan yang cepat dan akurat	42	16,47
2	Fasilitas yang disediakan Rumah Sakit memadai	39	15,29
3	Adanya dokter yang handal	37	14,51
4	Lingkungan Rumah Sakit yang bersih	28	10,98
5	Pelayanan tenaga kesehatan yang ramah	26	10,20
6	Kenyamanan interior Rumah Sakit	22	8,63
7	Kemudahan akses menuju Rumah Sakit	21	8,24
8	Kemudahan mendapatkan fasilitas lainnya (seperti restauran, cafe, hotel, dll) di sekitar Rumah Sakit	21	8,24
9	Rendahnya tingkat kebisingan di Rumah Sakit	19	7,45

Sumber: Data Olahan, 2024

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan berbagai elemen yang dinilai penting dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pasien. Pelayanan yang cepat dan akurat menempati urutan tertinggi dengan persentase sebesar 16,47% (42 responden), yang mengindikasikan bahwa kecepatan dan ketepatan layanan merupakan prioritas utama bagi pelanggan atau pasien. Selanjutnya, fasilitas yang memadai di Rumah Sakit menjadi harapan dari 15,29% responden (39 orang), mencerminkan pentingnya dukungan fasilitas yang baik untuk kenyamanan pasien. Adanya dokter yang handal diinginkan oleh 14,51% responden (37 orang), yang menunjukkan tingginya ekspektasi terhadap kualitas dan kompetensi tenaga medis.

Lingkungan Rumah Sakit yang bersih juga dianggap penting, dengan 10,98% responden (28 orang) memilih aspek ini, menekankan pentingnya kebersihan dalam menunjang kenyamanan pasien. Selain itu, pelayanan tenaga

kesehatan yang ramah diharapkan oleh 10,20% responden (26 orang), menunjukkan bahwa keramahan tenaga kesehatan juga memengaruhi pengalaman pasien di Rumah Sakit. Aspek kenyamanan interior Rumah Sakit dipilih oleh 8,63% responden (22 orang), sementara kemudahan akses menuju Rumah Sakit dan kemudahan mendapatkan fasilitas lain di sekitar Rumah Sakit (seperti restoran, kafe, hotel) masing-masing dinilai penting oleh 8,24% responden (21 orang). Terakhir, rendahnya tingkat kebisingan di Rumah Sakit juga menjadi perhatian, dengan 7,45% responden (19 orang) menganggapnya penting. Berdasarkan elemen - elemen tersebut, menggambarkan harapan pasien terhadap layanan yang komprehensif dan berkualitas, yang mencakup aspek medis, lingkungan, kenyamanan, dan dukungan fasilitas yang lengkap di Rumah Sakit. Harapan ini penting bagi Rumah Sakit untuk dipahami dan dipenuhi guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien.

Konsep Rumah Sakit yang ramah lingkungan *(green hospital concept)* merupakan salah satu penerapan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pasien dan dapat menjadi salah satu keunggulan bersaing di sektor kesehatan serta untuk / pelanggan sehingga dilakukan pra survei terhadap kebutuhan Rumah Sakit yang menerapkan konsep ramah lingkungan dan didapat data sebagai berikut:

Tabel 1. 3
Hasil *Pra Research* Mengenai *Green Hospital Concept*

No	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Menginginkan Rumah Sakit yang menerapkan konsep ramah lingkungan ini	61	98,4
2	Cenderung memilih Rumah Sakit yang mempunyai konsep ramah lingkungan	58	93,5
3	Bersedia membayar lebih pada Rumah Sakit yang menerapkan konsep ramah lingkungan	47	75,8

Sumber: Data Olahan, 2024

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa mayoritas responden menginginkan Rumah Sakit yang menerapkan konsep ramah lingkungan serta mayoritas responden memberikan saran agar Rumah Sakit dapat menerapkan konsep ramah lingkungan seperti kemudahan transportasi, lanskap, tata ruang yang rapi, bersih serta terdapat tanaman / taman hijau di area Rumah Sakit, dan

lingkungan yang bersih. Berdasarkan hasil *pra research* tersebut, inovasi pelayanan kesehatan yaitu berupa pengembangan inovasi yang mengdiskripsikan pada penekanan nilai tambah berupa manfaat dari penerapan Rumah Sakit yang ramah lingkungan. Oleh karena itu, studi ini akan fokus pada penerapan teori *service dominant logic* dan *green marketing* di sektor pelayanan kesehatan. Studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan di Rumah Sakit. Berdasarkan pernyataan latar belakang diatas, maka studi ini mengangkat judul Peran Nilai *Green Health* dalam membangun kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan: studi pada Rumah Sakit Kuching, Sarawak, Malaysia.

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1. Pernyataan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, *research gap* dan fenomena ekonomi manajemen yang disampaikan pada sub bab sebelumnya, teridentifikasi beberapa permasalahan krusial dalam industri pelayanan kesehatan. Transformasi perilaku konsumen menuju gaya hidup sehat dan ramah lingkungan, ditunjukkan dengan 85% penduduk Indonesia yang secara sadar memilih layanan ramah lingkungan, telah menciptakan paradigma baru dalam pelayanan kesehatan. Fenomena tingginya jumlah masyarakat Indonesia yang berobat ke Kuching, Sarawak, dengan pengeluaran mencapai 11,5 Miliar US$ per tahun, mengindikasikan adanya permasalahan kesenjangan kualitas dalam pelayanan kesehatan lingkungan Rumah Sakit dan citra merek tenaga medis. *Research gap* menunjukkan tidak konsisten hasil penelitian tentang hubungan orientasi pelanggan dan kepuasan pelanggan, sementara fenomena ekonomi mengindikasikan bahwa sektor kesehatan sebagai sektor unggulan Kalimantan Barat masih menghadapi tantangan daya saing. Survey memperlihatkan 98,4% responden menginginkan Rumah Sakit dengan konsep ramah lingkungan.

Berdasarkan kompleksitas tersebut, penelitian ini akan fokus pada permasalahan yang dibahas yaitu bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan melalui orientasi pelanggan dan inovasi pelayanan dengan Nilai *Green Health* sebagai mediasi sehingga terciptanya loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit.

1.2.2. Pertanyaan Masalah

1.2.2.1. Pendekatan Kuantitatif

Berdasarkan pada masalah yang telah disebutkan diatas, maka dalam studi ini akan dilakukan kajian mendalam tentang peran penting Nilai *Green Health* terhadap loyalitas pelanggan, sehingga dapat diperoleh manfaat teoritis dan praktis yang dapat memberikan sumbangsih terhadap perkembangan ilmu pemasaran. Permasalahan dalam penelitian ini akan diselesaikan dengan menggunakan pendekatan *green marketing* yang menjelaskan mengenai Nilai *Green Health* dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh.

1. Orientasi pelanggan terhadap Nilai *Green Health (Green Health Value)*.
2. Orientasi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan
3. Inovasi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Nilai *Green Health (Green Health Value)* terhadap kepuasan pasien.
5. Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
6. Orientasi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dengan mediasi Nilai *Green Health (Green Health Value)*
7. Orientasi pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan mediasi kepuasan pelanggan
8. Inovasi pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan mediasi kepuasan pelanggan

1.2.2.2. Pendekatan Kualitatif

Pertanyaan masalah dalam penelitian ini secara kualitatif adalah bagaimana peran orientasi pelanggan, inovasi pelayanan, Nilai *Green Health* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan berdampak pada loyalitas pelanggan (pasien) Rumah Sakit di Kuching, Sarawak, Malaysia

1.3. Tujuan Penelitian

1.3.1. Tujuan Umum

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan umum dari studi ini untuk membangun dan mengkaji loyalitas pelanggan dengan meningkatkan

kepuasan pelanggan melalui orientasi pelanggan dan inovasi pelayanan dengan nilai *Green Health* sebagai mediasi.

1.3.2. Tujuan Khusus

1.3.2.1. Pendekatan Kuantitatif

Berdasarkan permasalahan yang dibahas peneliti, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis:

1. Pengaruh orientasi pelanggan terhadap Nilai *Green Health (Green Health Value)*.
2. Pengaruh orientasi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Pengaruh inovasi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Pengaruh Nilai *Green Health (Green Health Value)* terhadap kepuasan pasien.
5. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
6. Pengaruh orientasi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dengan mediasi Nilai *Green Health (Green Health Value)*.
7. Pengaruh orientasi pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan mediasi kepuasan pelanggan
8. Pengaruh inovasi pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan mediasi kepuasan pelanggan

1.3.2.2. Pendekatan Kualitatif

Mengkonfirmasi peran orientasi pelanggan, inovasi pelayanan, Nilai *Green Health* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan Rumah Sakit di Kuching, Sarawak, Malaysia

1.4. Kontribusi Penelitian

1.4.1. Kontribusi Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis, diantaranya:

1. Memberikan bukti empiris hubungan antara orientasi pelanggan dan inovasi pelayanan terhadap Nilai *Green Health* dan kepuasan pasien sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan.
2. Memberikan bukti terhadap teori pemasaran ramah lingkungan pada sektor pelayanan perawatan kesehatan *(healthcare service)* merupakan pemanfaatan

dan pengembangan sumber daya internal yang inovatif seperti berupa pengramah lingkunganan *layout*, teknologi ramah lingkungan, komunikasi/promosi mengenai lingkungan ramah lingkungan yang estetika dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan akan berdampak pada loyalitas pelanggan.

1.4.2. Kontribusi Praktis

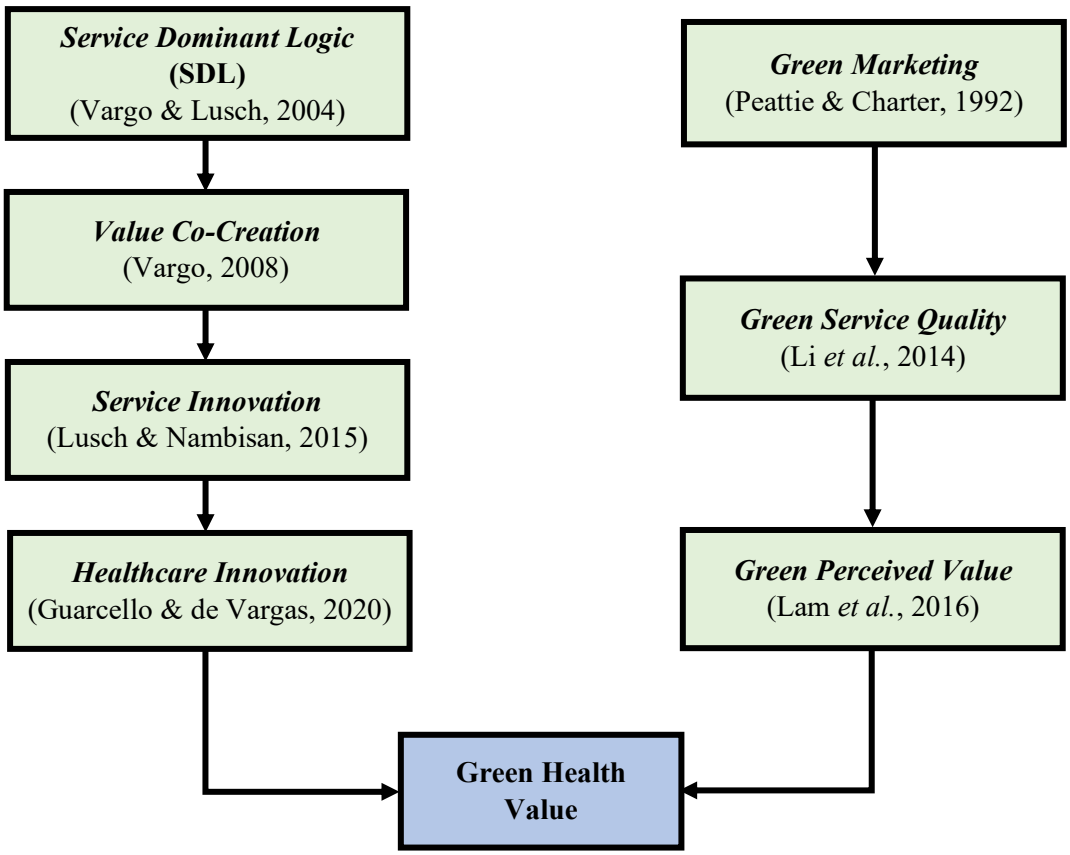
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis diantaranya yaitu:

1. Fasilitas – fasilitas kesehatan khususnya Rumah Sakit di Kalimantan Barat dapat memberikan pelayanan kesehatan yang lebih inovatif dan dapat mengetahui bahwa nilai suatu pelayanan kesehatan bisa berupa pelayanan tidak langsung melalui pemasaran ramah lingkungan yang berorientasi pada konsep ramah lingkungan atau pengramah lingkungan.
2. Memberikan rujukan dan informasi kepada pelaku *healthcare service* bahwa orientasi pelanggan dan inovasi pelayanan dapat berdampak pada Nilai *Green Health* serta memberikan rujukan informasi bahwa Nilai *Green Health* mempunyai dampak pada kepuasan pelanggan yang akan menciptakan loyalitas pelanggan kepada penyedia pelayanan kesehatan.

1.5. Orisinalitas

Fenomena – fenomena yang terjadi pada *healthcare service* mulai menjadi isu yang menarik sehingga sektor ini mulai menjadi perhatian pemerintah Indonesia dan pada penelitian-penelitian sebelumnya, bahwa mayoritas penelitian menekankan pada kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan (Guglielmetti Mugion *et al.*, 2020; Gur, 2020; Kumar *et al.*, 2022); Schmalbach (2018) namun dengan perkembangan zaman dan pasca kasus virus Covid-19 yang masuk ke Indonesia pada tahun 2019 – 2020 membuat adanya perubahan perilaku masyarakat kearah yang lebih mementingkan gaya hidup sehat. Masyarakat Indonesia sadar akan nilai – nilai kesehatan dan perilaku masyarakat Indonesia juga mulai berubah. Rumah Sakit yang awalnya hanya digunakan untuk berobat, sekarang mulai memberikan fasilitas perawatan sehingga mempertimbangkan

faktor - faktor seperti kenyamanan lingkungan, respon dan kepercayaan terhadap tenaga kesehatan, inovasi teknologi dan kepedulian terhadap lingkungan yang dapat memberikan keberlanjutan kesehatan. Penelitian Lestari *et al.* (2019) menyatakan bahwa pada kasus *healthcare service* terdapat variabel orientasi pelanggan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan terdapat dimensi yang tidak dapat mempengaruhi kepuasan pasien. Adanya ketidakkonsistenan penelitian sebelumnya, maka diperlukan variabel mediasi yang dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan pasien. Variabel Nilai *Green Health* merupakan variabel yang memediasi orientasi pelanggan dan inovasi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel ini didapat dari beberapa jurnal melalui proses sintesis. Proses sintesis ini dapat dilihat melalui Gambar 2.6 dibawah ini:



Gambar 1. 6 Proses Sintesis

Konsep tradisional yang lebih fokus pada kualitas produk berubah menjadi fokus pada kualitas pelayanan sehingga terciptanya *Service dominant logic* (Vargo & Lusch, 2004). Kinerja suatu perusahaan dinilai dari suatu kinerja pelayanan dan

dengan adanya perubahan dari masa ke masa konsumen mulai tidak hanya melihat dari produknya saja tetapi melihat dari sebuah pelayanan perusahaan. Kualitas kinerja pelayanan terus semakin berkembang sehingga tidak hanya kinerja pelayanan yang diciptakan tetapi mulai menciptakan nilai *(value co-creation)* bagi pelanggan dimana konsep dari *value co-creation* menekankan sifat kolaboratif penciptaan nilai antara pelanggan dan perusahaan. Pelanggan bukan hanya penerima nilai pasif tetapi juga peserta aktif dalam penciptaan nilai yang diperlukan (Vargo, 2008).

Inovasi pelayanan (*service innovation)* pada sektor pelayanan kesehatan menjadi salah satu faktor penting. Menurut Berry (2019) inovasi layanan merupakan kebutuhan yang mendesak dalam perawatan kesehatan karena kompleksitas, biaya, dan sifat emosi tinggi dari layanan, serta kemajuan teknologi dan dinamika kompetitif di industri kesehatan. Inovasi pelayanan merupakan pengembangan dari *grand theory* yaitu *service dominant logic.* Diungkapkan oleh R. F. Lusch and S. L. Vargo (2006) *service dominant logic* lebih menekankan kepada pelayanan *(service).* Pelayanan yang diungkapkan oleh Lusch and Nambisan (2015) yaitu inovasi pelayanan *(service innovation)* yang kemudian bagi Guarcello and de Vargas (2020) istilah inovasi pelayanan untuk pelayanan kesehatan menjadi inovasi perawatan kesehatan *(healthcare innovation)*, yang merupakan jenis inovasi perawatan kesehatan yang mencakup perbaikan dalam penyediaan perawatan.

Inovasi perawatan kesehatan dapat meningkatkan harapan hidup pasien dan kualitas hidup mereka serta membuat akses perawatan lebih mudah dan efektif (Guarcello & de Vargas, 2020). Menurut Omachonu and Einspruch (2010) menyatakan bahwa inovasi perawatan kesehatan merupakan konsep, ide, layanan, produk dan proses baru yang dimaksudkan untuk meningkatkan pengobatan, diagnosis, pendidikan, advokasi, pencegahan dan penelitian dengan tujuan jangka panjang untuk meningkatkan kualitas, keamanan, hasil produk dan efisiensi biaya. Penerapan teknologi merupakan salah satu kunci dalam inovasi yang dapat dilakukan pada perawatan kesehatan namun menurut Tai *et al.* (2021) bahwa inovasi pada perawatan kesehatan tidak hanya pengembangan di teknologi tetapi

diperlukan penerapan inovasi yang membuat hubungan antar manusia pula. Penelitian ini merujuk pada studi pengembangan layanan baru atau perbaikan yang memenuhi perubahan kebutuhan, preferensi pelanggan dan memberikan nilai / manfaat inovasi sehingga terpenuhinya kebutuhan dan kenikmatan atas pelayanan Rumah Sakit baik fisik maupun non-fisik yang kemudian dapat menciptakan loyalitas terhadap Rumah Sakit.

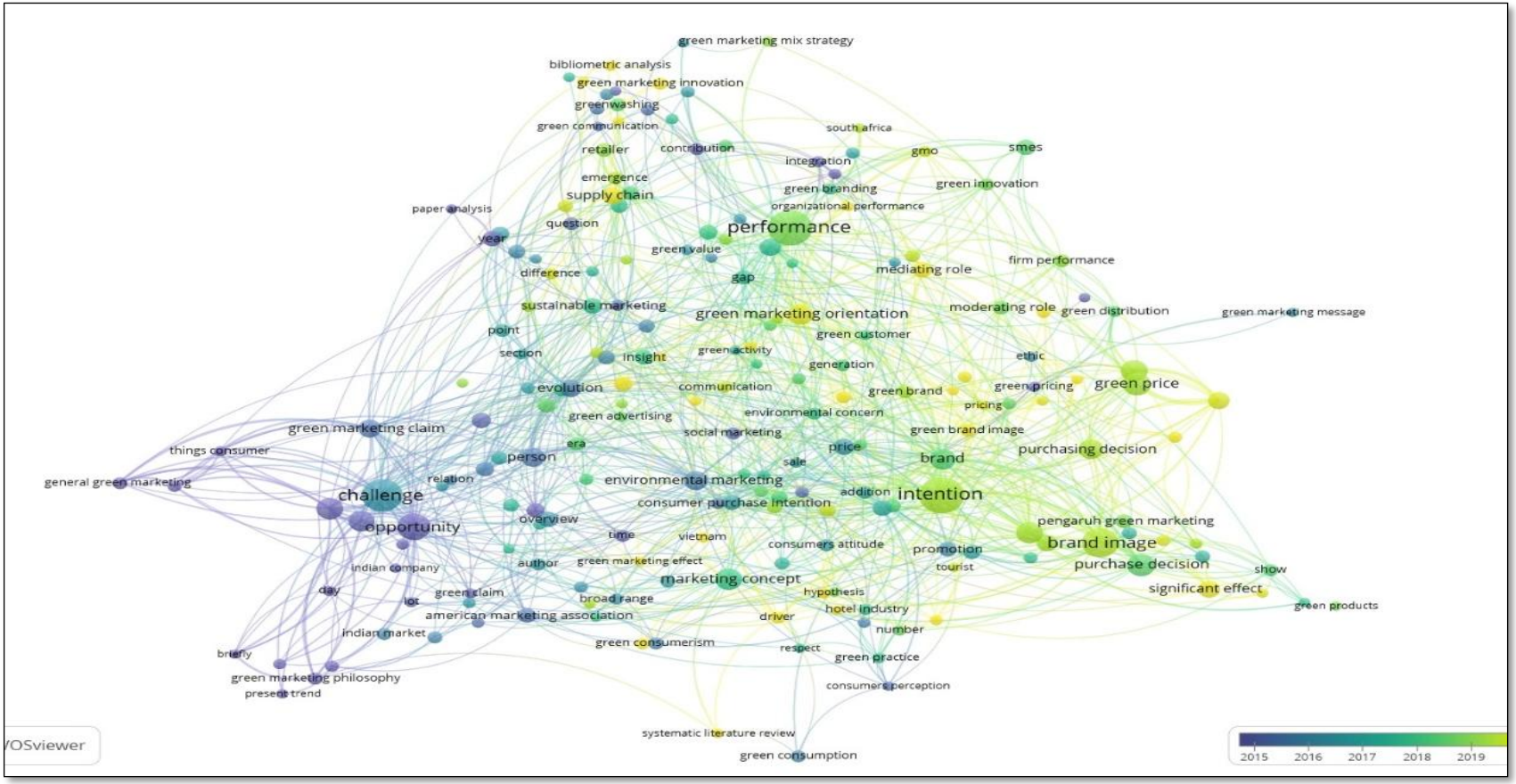
Memenuhi kebutuhan pelanggan akan lingkungan yang sehat dan bersih dengan mengeksplorasi studi mengenai pemasaran ramah lingkungan *(green marketing)*. Peattie and Charter (1992) mengungkapkan bahwa pemasaran ramah lingkungan merupakan konsep yang berfokus pada mempromosikan produk atau layanan yang ramah lingkungan dengan melibatkan, menciptakan dan mempromosikan produk yang berkelanjutan dan memiliki dampak minimal terhadap lingkungan. Pemasaran ramah lingkungan dapat memberikan nilai dan manfaat kepada pelanggan sehingga pelanggan dapat merasakan *green value* yang diberikan. *Green perceived value* adalah penilaian keseluruhan pelanggan terhadap manfaat bersih suatu produk atau layanan antara apa yang diterima dan apa yang diberikan berdasarkan keinginan pelanggan terhadap lingkungan, harapan berkelanjutan, dan kebutuhan ramah lingkungan (Chen & Chang, 2012). Istilah yang lebih sederhana mengacu pada nilai yang dirasakan pelanggan atas produk atau layanan ramah lingkungan berdasarkan manfaat lingkungannya. Penerapan strategi pemasaran ramah lingkungan mulai dikembangkan pada semua industri namun tidak banyak penelitian mengangkat isu mengenai pemasaran ramah lingkungan pada sektor pelayanan kesehatan sedangkan Rumah Sakit sebagai penyedia pelayanan kesehatan yang bersentuhan langsung dengan lingkungan dan dapat berdampak pada pasien/pelanggan serta staf/tenaga kesehatannya. Penerapan konsep Rumah Sakit ramah lingkungan ini dapat memberikan manfaat kepada pelanggan dan dengan merasakan manfaat tersebut dapat menciptakan pengalaman yang positif terhadap Rumah Sakit dan menjadi loyal (Fahmi *et al.*, 2020; Miao *et al.*, 2020; Setini, 2022).

Melihat perkembangan penelitian mengenai pemasaran ramah lingkungan dapat menggunakan metode pemetaan dengan aplikasi *VOSViewer.* Aplikasi ini

merupakan pendekatan bibliometrik untuk memvisualisasikan dan mengeksplorasi peta pengetahuan secara bibliometrik. Adapun tujuannya dari aplikasi *VOSViewer* untuk memberikan Gambaran kasar dari penelitian yang relevan dan mengklasifikasikannya ke dalam kategori yang berbeda. Menggunakan *VOSViewer* maka akan diperoleh pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara topik penelitian dan perkembangan terbaru dalam bidang ilmu tertentu.

Aplikasi *VOSviewer* merupakan program yang memiliki kemampuan untuk membuat peta penulis atau jurnal berdasarkan data *co-citation*, serta membangun peta kata kunci dengan menggunakan data *co-occurence*. Visualisasi yang disajikan oleh program ini memungkinkan analisis bibliometrik yang terperinci dan fitur memperbesar, menggulir, dan mencari yang memudahkan pengguna untuk memeriksa peta secara rinci. Peneliti *VOSviewer* dapat mengeksplorasi hubungan antara penulis, jurnal, atau kata kunci dalam bidang ilmu tertentu dan mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang topik penelitian. *VOSviewer* dapat menjadi alat yang sangat berguna bagi para peneliti dan praktisi dalam melakukan analisis bibliometrik dan pemetaan pengetahuan. Penelitian ini melakukan pencarian database artikel dengan menggunakan aplikasi *Publish or Perish* (PoP). Sumber database yang digunakan adalah *Google Scholar*. Kata kunci yang dipergunakan dalam pencarian ini adalah "*green marketing*" dengan rentang tahun pencarian 2010 - 2023. Hasil pencarian tersebut menghasilkan 1.000 artikel yang relevan dengan kata kunci yang dicari. Proses pencarian dilakukan pada bulan Juni 2023.

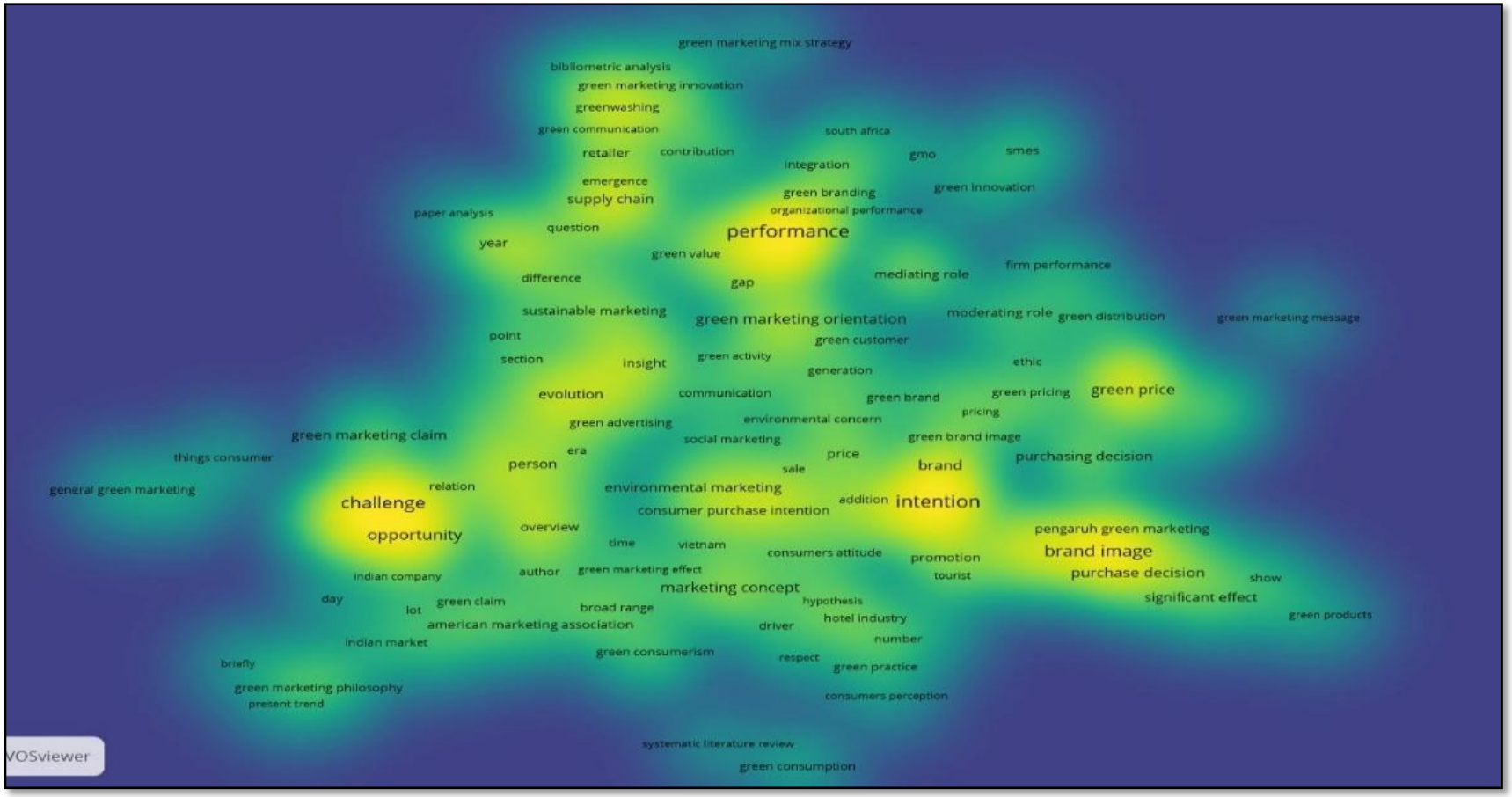
Pada Gambar 1.5 terlihat bahwa di peta *state of the art* dalam penelitian mengenai pemasaran ramah lingkungan. Pada peta tersebut lingkaran yang dilapisi dengan warna yang sesuai dengan tahun publikasi rata-rata dari seluruh penelitian yang mencakup istilah yang relevan. Warna biru gelap pada peta menunjukkan bidang penelitian dengan tahun publikasi rata-rata yang lebih lama, sedangkan warna ramah lingkungan yang berangsur-angsur menuju warna kuning menunjukkan istilah dengan tahun publikasi rata-rata yang lebih baru. Dengan demikian, peta tersebut memberikan Gambaran visual tentang tren dan arah pengembangan dalam penelitian *Green Marketing.*



Gambar 1. 7 Peta Overlay Visualization Green Marketing
Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil *overlay visualization* pada pemetaan penelitian mengenai pemasaran ramah lingkungan (*green marketing*), dapat dilihat bahwa artikel yang membahas topik tersebut cenderung berwarna ramah lingkungan dan menuju ke warna kuning cerah pada tahun 2020-2022. Namun, penelitian yang membahas tentang hubungan antara nilai *green-health* dan kepuasan pelanggan pada sektor *healthcare service* tidak pernah dilakukan sebelumnya. Oleh karena itu, mempelajari hubungan antara inovasi ramah lingkungan *green-health* dan kepuasan pelanggan pada sektor *healthcare service* dapat menjadi inovasi atau *novelty* dalam penelitian.

Penelitian ini juga menggunakan peta *density visualization* yang ditunjukkan pada Gambar 1.8 menunjukkan *state of the art* penelitian mengenai pemasaran ramah lingkungan. Peta ini merupakan subjek penelitian yang telah banyak dibahas ditandai dengan warna kuning, sedangkan subjek yang belum banyak dibahas ditandai dengan warna biru gelap. Pada peta tersebut dapat dilihat bahwa sejumlah besar penelitian telah dilakukan pada subjek penelitian yang ditandai dengan warna kuning sedangkan subjek penelitian yang ditandai dengan warna biru gelap menunjukkan bahwa ada peluang besar untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada topik tersebut.



Gambar 1. 8 Peta Density Visualization Green Marketing
Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil pemetaan pada Gambar 1.8 diatas, terlihat bahwa penelitian tentang pemasaran ramah lingkungan yang melibatkan subjek lain memiliki tingkat kepadatan warna yang tipis bahkan transparan. Gambar tersebut menjelaskan bahwa tidak ada subjek yang secara langsung terkait dengan subjek Nilai *Green Health* yang pernah dibahas dalam konteks pemasaran ramah lingkungan. Oleh karena itu, berdasarkan hal-hal tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pembahasan tentang hubungan antara nilai *green-health* terhadap kepuasan pelanggan memiliki potensi untuk menjadi *novelty* dalam penelitian ini.

1.6. Definisi Utama

Pada penelitian ini, menggunakan beberapa definisi utama, diantaranya:

1. *Green marketing* merupakan konsep strategi pemasaran yang disebut "pemasaran ramah lingkungan" berfokus pada strategi pemasaran yang tidak terlalu membahayakan lingkungan seperti *green product/services, green communication, green distribution* dan *green space* (Ottman *et al.*, 2006). *Green marketing* adalah pendekatan pemasaran yang mempertimbangkan dampak lingkungan untuk mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan serta marketing ramah lingkungan dapat menjadi keunggulan bersaing dengan melihat demografi pelanggan dan perilaku pembelian. Pelanggan akan bersedia membayar harga premium untuk layanan yang berbasis fungsionalnya kearah ramah lingkungan. (Dangelico & Vocalelli, 2017).
2. *Green perceived value* didefinisikan sebagai persepsi manfaat yang menempatkan pelanggan pada layanan perusahaan dalam hal ini Rumah Sakit dengan memberikan manfaat yang ramah lingkungan atau berkelanjutan. Manfaat yang dirasakan oleh pelanggan atas layanan kesehatan yang diberikan mencakup pemenuhan kebutuhan kesehatan pasien dengan memberikan manfaat dari *green product/services, green communication, green distribution dan green space* (Saeed *et al.*, 2021).
3. Inovasi kesehatan *(healthcare innovation)* didefinisikan sebagai pengenalan konsep, ide, layanan, proses, atau produk/pelayanan baru yang bertujuan untuk meningkatkan pengobatan, diagnosis, pendidikan, pencegahan, penelitian, dan

dengan tujuan jangka panjang untuk meningkatkan kualitas, keamanan, hasil, efisiensi, dan biaya. Inovasi yang dapat dilakukan pada industri kesehatan yaitu merujuk pada pengenalan metode pemasaran baru dan metode organisasi dalam praktik perawatan kesehatan sehingga dalam hal ini metode dan perawatan kesehatan yang digunakan yaitu pemasaran ramah lingkungan. Metode inovasi ramah lingkungan ini mencakup dalam hal strategi promosi yang memperkenalkan gaya hidup yang sehat dan pengetahuan mengenai praktik ramah lingkungan serta pelayanan kesehatan yang ramah lingkungan (Omachonu & Einspruch, 2010; Palanica & Fossat, 2020).

4. Orientasi pelanggan *(customer orientation)* mengacu pada pendekatan yang berpusat pada konsumen dalam mengembangkan dan menyediakan produk atau layanan yang ramah lingkungan melalui pemahaman mendalam terhadap kebutuhan, keinginan, dan preferensi pelanggan dalam penyesuaian strategi pemasaran dan layanan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan yang lebih kepada mementingkan kepedulian lingkungan. Menyoroti pentingnya memahami orientasi pelanggan dalam pemasaran ramah lingkungan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif pada produk/pelayanan ramah lingkungan serta dalam memuaskan harapan pelanggan (Dangelico & Vocalelli, 2017; Sharma, 2021).
5. Inovasi pelayanan *(service innovation)* mengacu pada pengembangan dan implementasi layanan baru atau yang lebih baik yang memiliki dampak positif terhadap lingkungan dengan melibatkan menciptakan solusi inovatif yang ramah lingkungan dan bertanggung jawab secara sosial (Lin & Chen, 2018). Melalui pengembangan layanan ramah lingkungan yang inovatif tidak hanya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan tetapi juga meningkatkan kualitas lingkungan alami. Inovasi layanan kesehatan untuk menyediakan pelayanan yang berkualitas kepada pasien.
6. Kepuasan pelanggan merupakan konsep yang mengacu pada tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah membeli dan menggunakan produk dan layanan ramah lingkungan. Ini adalah ukuran seberapa baik layanan kesehatan

ramah lingkungan memenuhi harapan dan tuntutan lingkungan pelanggan (Chen, 2013; Juliana *et al.*, 2020).

7. Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi terhadap produk atau layanan ramah lingkungan. Loyalitas pelanggan adalah kesediaan pelanggan untuk melakukan pembelian berulang terhadap suatu produk, layanan, perusahaan, dll. yang berasal dari komitmen lingkungan yang kuat dan komitmen berkelanjutan (Chen, 2013; Oliver, 1999).