



Transformasi Citra Rumah Sakit di Era Digital: Tinjauan Literatur Mengenai Integrasi Kendali Mutu, Branding, dan Kepuasan Pasien

Muhammad Almy Firasghani^{1*}, May Suryati², Muhammad Arfiq³, Muhammad Sandriyan⁴, Ni Luh Zallila Gustina⁵

¹⁻⁵Program Studi Magister Manajemen, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, Indonesia

*Penulis Korespondensi: almyfirasghani@gmail.com

Abstract. *The shifting paradigm of healthcare services in the modern era demands hospitals to adapt to digital communication technologies while maintaining clinical care quality to build a positive institutional reputation. This study aims to analyze the transformation of hospital image in the digital era through a literature review regarding the integration of quality control, branding strategies, and patient satisfaction. The method used is a Systematic Literature Review (SLR) by extracting and synthesizing relevant scientific articles published between 2016 and 2026 from reputable databases. The review results indicate that conventional quality control, which includes adherence to clinical operational standards and effective medical staff communication, serves as an essential foundation for fundamental patient satisfaction. Meanwhile, technological adaptation through accessible online reservation applications, educative social media communication, and the management of electronic word of mouth (eWOM) acts as a massive catalyst that validates and amplifies this positive perception to a broader audience. The practical implication of this research recommends hospital management to implement a symmetrical investment development strategy, focusing in parallel on improving field clinical service competencies and perfecting digital ecosystem infrastructure to guarantee a holistic patient experience.*

Keywords: *Digital Marketing; Hospital Branding; Literature Review; Patient Satisfaction; Quality Control.*

Abstrak. Pergeseran paradigma layanan kesehatan di era modern menuntut rumah sakit untuk beradaptasi dengan teknologi komunikasi digital sekaligus mempertahankan mutu asuhan klinis guna membangun reputasi institusi yang positif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi citra rumah sakit di era digital melalui tinjauan literatur mengenai integrasi kendali mutu, strategi branding, dan kepuasan pasien. Metode yang digunakan adalah Systematic Literature Review (SLR) dengan mengekstraksi dan menyintesis artikel ilmiah terkait dari rentang tahun 2016 hingga 2026 pada pangkalan data bereputasi. Hasil tinjauan menunjukkan bahwa kendali mutu konvensional yang mencakup kepatuhan pada standar operasional klinis dan efektivitas komunikasi tenaga medis menjadi fondasi esensial pembentuk kepuasan fundamental pasien. Di sisi lain, adaptasi teknologi berupa kemudahan aplikasi reservasi daring, komunikasi edukatif melalui media sosial, serta manajemen rekam jejak electronic word of mouth (eWOM) bertindak sebagai katalisator masif yang memvalidasi dan memperluas persepsi positif tersebut kepada khalayak luas. Implikasi terapan dari penelitian ini merekomendasikan jajaran manajemen rumah sakit untuk menerapkan strategi pengembangan investasi yang simetris, yakni berfokus secara paralel pada peningkatan kompetensi layanan klinis di lapangan dan penyempurnaan infrastruktur ekosistem digital untuk menjamin pengalaman pasien secara holistik.

Kata Kunci: Branding Rumah Sakit; Citra Digital; Kendali Mutu; Kepuasan Pasien; Tinjauan Literatur.

1. LATAR BELAKANG

Kompetisi di sektor kesehatan modern memaksa rumah sakit untuk melakukan lompatan besar: mereka tidak bisa lagi sekadar mengandalkan keunggulan klinis murni, melainkan wajib membangun reputasi institusi yang kokoh di mata publik. Gelombang kemajuan teknologi informasi telah merombak total peta pelayanan. Kini, tantangan terbesar sekaligus peluang emas bagi manajemen rumah sakit adalah merajut pengalaman pasien (*patient experience*) secara menyeluruh, baik melalui sentuhan fisik di dalam fasilitas kesehatan maupun melalui interaksi virtual. Menghadapi realitas baru ini, pengelolaan persepsi publik secara presisi menjadi kunci mati bagi faskes untuk mempertahankan daya saing, loyalitas konsumen, dan kepercayaan masyarakat.

Untuk melahirkan persepsi positif tersebut, penerapan kendali mutu yang ketat dan menyeluruh adalah fondasi yang tidak bisa ditawar. Instrumen ini bekerja secara sistematis melalui penyesuaian standar tata struktur, standarisasi proses, hingga evaluasi hasil akhir klinis. Konsensus berbagai riset membuktikan bahwa mutu pelayanan yang prima yang ditandai oleh komunikasi hangat tenaga medis, kecepatan layanan, kepatuhan total pada prosedur, serta perbaikan berkelanjutan adalah motor utama pendongkrak kepuasan pasien. Ketika ekspektasi ini terpenuhi, kepuasan tersebut secara otomatis akan mengkristal menjadi citra positif yang memperkuat strategi *branding* konvensional, sekaligus menumbuhkan rasa percaya yang organik dari pasien (Zalukhu et al., 2026).

Di sisi lain, lanskap persaingan hari ini melebar ke ranah digital, melahirkan dimensi baru dalam arsitektur operasional dan strategi pemasaran rumah sakit. Pemanfaatan ekosistem digital seperti media sosial, situs interaktif, hingga aplikasi seluler kini bergeser dari sekadar pelengkap menjadi instrumen vital pembentuk opini publik. Lewat kanal elektronik ini, rumah sakit mampu menyajikan transparansi data medis, edukasi kesehatan, hingga kemudahan akses berupa *telemedicine* dan reservasi daring. Lebih jauh lagi, fenomena *electronic word of mouth* (eWOM) berupa ulasan, rating, dan testimoni pasien di jagat maya memiliki pengaruh yang luar biasa luas terhadap reputasi institusi. Keberhasilan komunikasi merek (*branding*) masa kini bertumpu pada keandalan pengalaman digital pasien, di mana strategi komunikasi daring yang responsif terbukti mampu mengikat emosi dan memperluas jangkauan pasar (Lestari et al., 2026).

Meskipun studi tentang dampak kendali mutu terhadap kepuasan pasien sudah melimpah, dan riset terpisah mengenai teknologi komunikasi di ranah maya juga banyak dibahas, dunia akademik masih menyisakan jurang analitis (*research gap*) belum banyak kajian yang mengawinkan kedua elemen ini secara integratif. Di sinilah letak kebaruan dan urgensi riset ini. Kita harus menyadari bahwa citra digital yang megah di media sosial akan runtuh seketika jika kualitas klinis di lapangan keropos. Sebaliknya, mutu medis yang luar biasa pun akan sulit menjangkau audiens yang lebih luas tanpa didukung strategi digitalisasi yang agresif. Oleh karena itu, menjembatani evaluasi kendali mutu dengan adaptasi digital merupakan sebuah keharusan demi melahirkan strategi manajemen yang utuh dan relevan (Sari et al., 2026).

Berangkat dari kompleksitas masalah tersebut, penelitian ini dirancang untuk membedah transformasi citra rumah sakit di era digital melalui tinjauan literatur mendalam yang mengintegrasikan kendali mutu, strategi *branding*, dan kepuasan pasien. Fokus spesifik studi ini adalah memetakan titik temu (*synergy*) antara penerapan standar mutu klinis yang

terstruktur dengan keluwesan teknologi digital dalam mengonstruksi persepsi pasien. Luaran riset ini diproyeksikan mampu menyumbang peta jalan strategis bagi manajemen rumah sakit dalam mengoptimalkan reputasi dan memenangkan persaingan di pasar modern secara menyeluruh.

Terlepas dari bukti-bukti efektivitas operasional dan klinis model layanan ini, masih sedikit penelitian yang membahas dampaknya terhadap indikator kelangsungan bisnis layanan kesehatan, khususnya loyalitas pasien. Pergeseran paradigma di era modern menuntut fasilitas kesehatan untuk beradaptasi dengan teknologi digital sekaligus mempertahankan mutu asuhan klinis. Sebuah kajian literatur terbaru menegaskan bahwa mutu pelayanan konvensional yang mencakup kepatuhan pada standar operasional dan efektivitas komunikasi tenaga medis merupakan fondasi esensial pembentuk kepuasan fundamental pasien. Sementara itu, adaptasi teknologi digital (seperti layanan daring dan *telemedicine*) bertindak sebagai katalisator positif yang memvalidasi dan mengamplifikasi persepsi positif tersebut menjadi reputasi dan loyalitas jangka panjang.

Loyalitas pasien sendiri dikonseptualisasikan sebagai komitmen kuat pasien untuk kembali menggunakan layanan yang sama serta kesediaan merekomendasikannya kepada orang lain (Mehra, P.;Mishra, 2021) . Dalam ekosistem layanan kesehatan digital, literatur menunjukkan bahwa loyalitas tidak terbentuk secara instan, melainkan didorong oleh dua pilar utama: kepuasan pelayanan dan kepercayaan (*trust*). Kepuasan pasien dalam konteks ini dibentuk oleh evaluasi holistik terhadap kualitas interaksi, yang sangat ditentukan oleh dimensi kemampuan komunikasi tenaga kesehatan, empati yang ditunjukkan, serta tingkat profesionalisme selama layanan berlangsung (Nur Al Islamiyah & Wuisan, 2024).

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep Kendali Mutu dalam Pelayanan Kesehatan

Kendali mutu bukanlah sekadar pelengkap administratif, melainkan jangkar operasional yang menggerakkan seluruh sistem rumah sakit. Mengacu pada postulat klasik (Avedis Donabedian, 1980), evaluasi mutu layanan kesehatan ditopang oleh trisula dimensi utama yakni struktur, proses, dan hasil akhir. Dimensi struktur secara spesifik membedah kesiapan infrastruktur fisik, kecanggihan instrumen medis, dan kompetensi intelektual tenaga kesehatan. Sementara itu, dimensi proses menelusuri tingkat kedisiplinan staf dalam menjalankan standar operasional baku di lapangan. Rangkaian ini kemudian bermuara pada dimensi hasil untuk menakar efektivitas pemulihan medis serta kepuasan akhir yang dirasakan pasien. Paradigma komprehensif ini selaras dengan dekrit Organisasi Kesehatan Dunia (WHO)

yang menjamin hak absolut setiap pasien untuk menerima asuhan yang aman, efisien, dan bersandar pada bukti ilmiah. Di ranah domestik, Komisi Akreditasi Rumah Sakit (KARS) bertindak sebagai garda pengawal yang memaksa rumah sakit untuk terus memonitor indikator keselamatan demi mengunci pemenuhan hak-hak esensial pasien secara berkelanjutan.

Kepuasan Pasien sebagai Indikator Kinerja Utama

Kepuasan pasien sejatinya lahir secara organik ketika realitas pelayanan di lapangan berhasil menyamai atau bahkan merobek batas ekspektasi awal mereka. (Zeithaml, V. A.; Berry, L. L.; Parasuraman, 1996) merumuskan bahwa di sektor jasa medis, rasa puas ini sangat didikte oleh mutu interaksi, keandalan sistem, dan kenyamanan fasilitas. Lebih jauh, kecerdasan komunikasi dari tenaga kesehatan kini menjadi variabel penentu yang tak bisa ditawar. Pasien modern sangat kritis karena mereka tidak hanya takjub pada kehebatan klinis, tetapi akan mengevaluasi kedalaman empati, ketepatan durasi layanan, serta seberapa jernih informasi yang mereka terima. Rasa puas inilah yang kemudian bertindak sebagai jembatan psikologis yang menyulap mutu layanan internal menjadi reputasi emas institusi di mata publik.

Branding Rumah Sakit dan Transformasi Digital (Healthcare Marketing 4.0)

Konstruksi pemasaran modern rumusan (Kotler & Keller, 2021) secara tegas menolak pandangan kuno yang mereduksi branding menjadi sekadar urusan desain logo atau warna bangunan. Branding fasilitas kesehatan sejatinya adalah akumulasi dari kualitas asuhan medis, rekam jejak pengalaman pasien, dan konsistensi komunikasi. Kini, paradigma tersebut bermutasi menjadi Healthcare Marketing 4.0 di mana ekosistem digital menjadi motor penggerak paling agresif. Transformasi citra di dunia maya ini bermanifestasi lewat situs web yang intuitif, aplikasi seluler untuk reservasi hingga telemedicine, serta manuver interaktif di media sosial. Dengan mengusung pendekatan Human-Centered Marketing, teknologi tidak digunakan untuk memekanikkan layanan, melainkan memposisikan pasien sebagai episentrum interaksi guna memastikan rumah sakit tampil lebih transparan, tanggap, dan selaras dengan gaya hidup masyarakat masa kini.

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Beragam literatur empiris telah memvalidasi rantai sebab-akibat antara kedisiplinan mutu, kepuasan, dan rekayasa branding digital. Investigasi dari (Yunartha, 2018) bersama (Hasna, H.; Irwandy, I.; Arifah, 2022) membuktikan bahwa kepatuhan pada etika klinis serta kehangatan komunikasi tenaga medis berkontribusi secara mutlak terhadap lonjakan kepuasan pasien. Mengukuhkan postulat tersebut, (Manzoor, F.; Wei, L.; Hussain, A.; Asif, M.; Shah, 2019) menyimpulkan bahwa institusi yang secara proaktif dan ketat mengawal indikator

mutunya terbukti sukses menekan angka komplain hingga ke titik terendah sekaligus memborong kesetiaan pasien dalam jangka panjang.

Dalam konteks digitalisasi, penelitian (Francesca Chandra & Nadjib, 2023) menyoroti bahwa konsistensi pemanfaatan media sosial untuk edukasi dan interaksi dua arah terbukti memperkuat *brand awareness* dan kepercayaan pasien secara signifikan. Sejalan dengan hal tersebut, (Fatmasari, E. Y.; Kusumastuti, 2025) dan (Chishti, 2024) menemukan bahwa integrasi teknologi seperti aplikasi pendaftaran daring dan ketersediaan rekam medis elektronik tidak hanya meningkatkan persepsi efisiensi, tetapi juga memicu fenomena *electronic word of mouth* (eWOM) bersentimen positif yang memperkokoh reputasi institusi. Lebih jauh, studi (Wati, 2025) menegaskan bahwa *branding* digital tidak akan optimal jika tidak diimbangi dengan pelayanan klinis yang memadai di lapangan.

Landasan Konseptual Penelitian

Kajian-kajian terdahulu menunjukkan bahwa evaluasi mutu dan inovasi digital sering kali diteliti sebagai dua variabel yang terpisah dalam membentuk citra rumah sakit. Penelitian ini menggunakan sintesis dari teori-teori tersebut sebagai pijakan utama, dengan memandang bahwa kualitas klinis konvensional (kendali mutu) dan inovasi komunikasi modern (teknologi digital) merupakan dua sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan dalam bauran pemasaran rumah sakit. Landasan pemikiran ini mengarah pada suatu proyeksi konseptual bahwa integrasi yang solid antara penerapan kendali mutu layanan klinis yang ketat dengan pemanfaatan teknologi digital secara komprehensif, akan bermuara pada peningkatan kepuasan pasien secara eksponensial; yang mana kondisi tersebut secara simultan diyakini menjadi pendorong utama dalam membentuk citra, reputasi, dan daya saing rumah sakit yang tangguh di era digital.

3. METODE PENELITIAN

Riset ini dirancang menggunakan kerangka Tinjauan Pustaka Sistematis atau Systematic Literature Review yang dikemas dalam pendekatan kualitatif deskriptif. Pemilihan desain ini ditujukan untuk membedah, mengevaluasi, sekaligus meramu berbagai temuan krusial dari riset terdahulu seputar metamorfosis citra rumah sakit di era digital. Guna menjamin transparansi serta memastikan proses pelacakan literatur dapat direplikasi secara presisi di masa mendatang, seluruh tahapan penelitian dikalibrasi secara ketat menggunakan panduan standar internasional PRISMA atau Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses.

Dalam ranah studi literatur ini, populasi penelitian direpresentasikan oleh semesta artikel ilmiah dan jurnal akademik yang mengupas tata kelola mutu rumah sakit, digitalisasi

medis, kepuasan pasien, serta strategi komunikasi merek. Penarikan sampel kemudian dieksekusi melalui teknik purposive sampling yang bersandar pada filter seleksi yang sangat ketat. Kriteria literatur yang layak dianalisis harus memiliki rekam jejak publikasi dalam rentang satu dekade terakhir antara tahun 2016 hingga 2026, ditulis dalam bahasa Indonesia atau Inggris, dan diterbitkan oleh jurnal terakreditasi nasional maupun basis data internasional bereputasi. Fokus utama literatur tersebut juga wajib mengupas persimpangan antara mutu layanan dan teknologi. Sebaliknya, tulisan yang sekadar berupa opini subjektif, tidak menyediakan akses baca secara utuh, atau belum melewati penyaringan akademik secara ketat otomatis digugurkan dari arena penelitian.

Proses agregasi data digerakkan oleh penelusuran daring menggunakan logika operator Boolean guna menjangkau literatur yang paling presisi. Instrumen utama yang digunakan adalah protokol ekstraksi data yang berfungsi untuk memanen identitas penulis, tahun publikasi, kerangka metodologi, hingga inti temuan dari setiap manuskrip. Karena riset ini murni berbasis penelusuran pustaka, instrumen uji statistik konvensional tidak digunakan. Sebagai gantinya, jaminan atas kredibilitas, relevansi, dan kekokohan metodologi dari setiap literatur dikunci rapat melalui instrumen penilaian kritis atau critical appraisal. Hasil pembacaan kritis ini membuktikan bahwa seluruh sampel yang lolos seleksi memiliki fondasi empiris yang sangat solid untuk diracik lebih lanjut.

Tahap pembedahan data mengandalkan pisau analisis isi yang dipadukan dengan sintesis tematik. Seluruh informasi yang telah diekstraksi dikelompokkan berdasarkan benang merah tematik, lalu dianalisis secara naratif untuk memetakan pola, relasi, dan celah antarvariabel. Konstruksi konseptual dalam studi ini memproyeksikan sebuah rantai kausalitas yang solid. Dalam model ini, kekuatan kendali mutu layanan klinis yang disandingkan dengan pemanfaatan teknologi digital bertindak sebagai penggerak utama atau variabel independen. Kedua kekuatan tersebut secara bersama-sama memicu lonjakan kepuasan pasien yang diposisikan sebagai jembatan perantara atau variabel mediasi. Pada muaranya, kepuasan inilah yang akan mendikte secara langsung tegak atau runtuhnya citra serta reputasi rumah sakit sebagai target akhir penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Pengumpulan Data dan Ekstraksi Literatur

Proses Penelusuran dan Seleksi

Penelitian kajian literatur ini dilaksanakan melalui penelusuran basis data akademik secara daring yang dilakukan pada rentang waktu Maret hingga Mei 2026. Fokus penelusuran

lokasi data berpusat pada pangkalan data ilmiah bereputasi seperti Sinta, Google Scholar, dan portal publikasi universitas. Dari penelusuran awal dengan kata kunci terkait kendali mutu, *branding* digital, dan kepuasan pasien, diperoleh puluhan artikel yang dipublikasikan dalam kurun waktu 2016 hingga awal 2026. Melalui proses penyaringan ketat berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, kajian ini menyintesis literatur-literatur inti yang secara empiris menguji variabel mutu klinis dan teknologi pemasaran digital di sektor rumah sakit.

Karakteristik dan Sintesis Data

Hasil ekstraksi data menunjukkan bahwa terdapat pergeseran signifikan pada fokus penelitian manajemen rumah sakit dari sekadar kepatuhan prosedur medis menjadi integrasi pengalaman pasien berbasis teknologi. Berdasarkan ringkasan analisis pada Tabel 1, terlihat bahwa indikator keberhasilan rumah sakit saat ini sangat bergantung pada sinergi antara mutu pelayanan dasar dan kemampuan adaptasi digital.

Tabel 1. Sintesis Kajian Literatur Utama.

Penulis & Tahun	Fokus Kajian	Temuan Utama	Sumber
Istahara et al. (2025)	Kendali mutu, kepuasan pasien, dan <i>branding</i> konvensional	Komunikasi nakes dan standar pelayanan efektif menurunkan keluhan dan memperkuat reputasi rumah sakit secara langsung.	J-CEKI, Vol.4 (3)
Pipang et al. (2026)	<i>Branding</i> digital, teknologi, dan persepsi pasien	Digitalisasi layanan (reservasi <i>online</i> , media sosial, eWOM) memperkuat <i>brand awareness</i> dan efisiensi pengalaman pasien.	Jurnal Nusantara, Vol.13 (3)
Wati (2025); Chandra & Nadjib (2023)	<i>Healthcare Marketing 4.0</i> dan integrasi layanan	Citra digital yang kuat wajib diimbangi kualitas klinis; pemanfaatan media sosial efektif menjangkau masyarakat luas.	Literatur Kajian

(Sumber: Data Sekunder Diolah Peneliti, 2026).

Merujuk pada tabel 1, hasil ekstraksi literatur mengonfirmasi bahwa kepuasan pasien yang paripurna tidak dapat dicapai hanya dengan salah satu elemen. Kendali mutu memberikan jaminan substansi layanan kesehatan, sementara teknologi dan *branding* digital memfasilitasi penyampaian substansi tersebut agar mudah diakses dan dipersepsikan secara positif oleh publik.

Analisis Pengaruh Kendali Mutu dan Teknologi Digital

Integrasi Layanan Fisik dan Transformasi Digital

Membedah relasi kausalitas antara instrumen kendali mutu dan penetrasi teknologi, sintesis literatur secara tegas menyingkap urgensi peleburan yang harmonis antara keunggulan asuhan medis di dunia nyata dengan transformasi digital. Hasil ekstraksi data membuktikan secara meyakinkan bahwa eksekusi kendali mutu yang rigid dalam wujud kepatuhan absolut

pada arsitektur standar operasional, penjaminan keselamatan klinis tingkat tinggi, hingga keluwesan komunikasi proaktif dari tenaga kesehatan terbukti memiliki daya ikat yang berbanding lurus dengan eskalasi kepuasan pasien. Temuan ini sejalan dengan konsep dasar Donabedian mengenai mutu asuhan kesehatan, di mana kepuasan muncul saat dimensi proses dan hasil berjalan sesuai harapan. Namun, literatur terkini membuktikan bahwa dalam era digital, dimensi struktur dan proses harus diperluas dengan memasukkan instrumen teknologi. Berikut adalah pilar utama transformasi digital yang memengaruhi persepsi pasien:

a. Infrastruktur Aplikasi dan Reservasi Daring

Aksesibilitas layanan melalui aplikasi *mobile*, seperti sistem pendaftaran daring dan akses rekam medis, secara signifikan mengeliminasi waktu tunggu antrean. Efisiensi administratif ini dipersepsikan oleh pasien sebagai bentuk nyata dari peningkatan mutu layanan dasar institusi.

b. Komunikasi Edukatif Berbasis Media Sosial

Ketersediaan kanal komunikasi dua arah melalui platform media sosial memungkinkan rumah sakit menempatkan posisinya sebagai sumber edukasi kesehatan yang kredibel. Keterlibatan (*engagement*) berkelanjutan ini berhasil menjembatani kesenjangan emosional antara institusi kesehatan dan masyarakat.

c. Manajemen Electronic Word of Mouth (eWOM)

Kualitas pengalaman fisik dan digital akan bermuara pada ulasan daring pasien. Mengingat calon pasien saat ini melakukan validasi referensi digital sebelum memilih layanan, sentimen positif pada eWOM menjadi indikator *branding* yang sangat vital.

Keterkaitan Hasil dengan Hipotesis dan Teori

Temuan literatur ini mendukung hipotesis implisit yang menyatakan bahwa kualitas klinis yang baik (kendali mutu) tidak akan menghasilkan daya saing optimal tanpa adanya amplifikasi digital; sebaliknya, promosi digital tidak akan memicu loyalitas apabila kualitas pelayanan aktual di rumah sakit buruk. Hasil kajian ini memperkuat paradigma *Healthcare Marketing 4.0* bahwa pendekatan *Human-Centered Marketing* menjadi jembatan krusial. Temuan ini tidak bertentangan dengan penelitian terdahulu mengenai kepuasan pasien secara konvensional, melainkan memperkaya dimensi evaluasinya di mana indikator kepuasan kini mencakup kemudahan antarmuka aplikasi (*user interface*) pelayanan rumah sakit.

Implikasi Teoritis dan Terapan

Secara teoritis, penelitian ini menyumbangkan wawasan pengembangan ilmu manajemen pemasaran layanan kesehatan dengan mensintesis teori mutu layanan konvensional (*Service Quality*) ke dalam kerangka ekosistem *e-health*. Mutu tidak lagi eksklusif dimaknai

pada interaksi di ruang pemeriksaan fisik, tetapi meluas sejak pasien melakukan pencarian informasi di mesin peramban hingga pemberian ulasan daring pasca-perawatan. Secara terapan bagi pihak manajemen operasional dan direksi rumah sakit, implikasi hasil kajian ini menegaskan urgensi alokasi sumber daya yang berimbang. Rumah sakit dituntut untuk berinvestasi secara paralel; tidak hanya pada pengadaan alat medis mutakhir dan pelatihan komite mutu klinis, tetapi juga pada penguatan sistem keamanan teknologi informasi, pengembangan *platform telemedicine*, serta pembentukan tim *public relations* digital yang responsif dalam mengelola ulasan daring publik. Kombinasi komprehensif ini menjadi kunci kelangsungan identitas dan citra rumah sakit di tengah sengitnya kompetisi industri kesehatan modern.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan sintesis kajian literatur yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa transformasi citra rumah sakit di era digital sangat bergantung pada integrasi yang berimbang antara sistem kendali mutu layanan klinis dan adaptasi inovasi teknologi komunikasi. Kendali mutu yang direpresentasikan melalui kepatuhan pada standar pelayanan, komunikasi asertif tenaga medis, dan evaluasi operasional yang konsisten, bertindak sebagai fondasi esensial yang menjamin terwujudnya kepuasan fundamental pasien. Di sisi lain, digitalisasi layanan seperti kemudahan reservasi daring, edukasi melalui media sosial, dan transparansi rekam medis berfungsi sebagai katalisator yang memvalidasi dan memperluas persepsi positif tersebut secara masif. Sinergi dari kedua elemen ini terbukti mampu mengoptimalkan pengalaman pasien secara paripurna, yang pada gilirannya bermuara pada penguatan reputasi, kepercayaan publik, dan keberhasilan strategi *branding* institusi kesehatan di tengah lanskap kompetisi modern.

Menyikapi temuan tersebut, direkomendasikan bagi pihak manajemen operasional dan direksi rumah sakit untuk menerapkan strategi pengembangan sumber daya yang simetris dan berpusat pada pengalaman pasien (*human-centered*). Peningkatan kualitas asuhan medis di lapangan mutlak harus berjalan beriringan dengan optimalisasi infrastruktur digital pelengkap. Manajemen disarankan untuk secara proaktif menyempurnakan antarmuka layanan aplikasi kesehatan agar lebih inklusif dan responsif, mengelola ruang interaksi dua arah di media sosial secara profesional, serta memantau dan merespons sentimen ulasan daring (*electronic word of mouth*) secara strategis. Perawatan mutu hulu ke hilir ini krusial untuk menjaga konsistensi antara janji merek (*brand promise*) yang dipromosikan di dunia maya dengan realitas pelayanan fisik yang diterima oleh pasien.

Kendati penelitian ini memberikan landasan konseptual yang holistik, kajian ini memiliki keterbatasan karena secara metodologis sepenuhnya bergantung pada tinjauan data sekunder dan sintesis penelitian terdahulu. Generalisasi terhadap seluruh tingkatan faskes perlu dilakukan secara hati-hati mengingat setiap rumah sakit memiliki variasi sumber daya, demografi pasien, dan tantangan operasional spesifik yang mungkin belum terpetakan dalam literatur umum. Oleh karena itu, bagi penelitian di masa mendatang, sangat disarankan untuk melakukan pengujian empiris secara primer berbasis data kuantitatif atau metode campuran (*mixed-methods*). Studi lanjutan direkomendasikan untuk meneliti secara empiris dan menguji spesifik seberapa besar pengaruh mediasi dari penggunaan aplikasi layanan kesehatan mandiri (*e-health*) dan resolusi keluhan digital terhadap loyalitas jangka panjang pasien pada studi kasus rumah sakit tertentu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Program Studi Magister Manajemen, Konsentrasi Manajemen Rumah Sakit, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya atas fasilitas, bimbingan, dan dukungan iklim akademik yang sangat baik selama proses penulisan dan penyusunan artikel ini. Artikel ilmiah ini merupakan hasil kajian dan kolaborasi penelitian dari tim penulis yang beranggotakan Muhammad Almy Firasghani, May Suryati, Muhammad Arfiq, Muhammad Sandriyan, dan Ni Luh Zallila Gustina. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh rekan sejawat, dosen pengampu, serta berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan masukan, ulasan konstruktif, dan diskusi teoretis sehingga naskah tinjauan literatur ini dapat diselesaikan secara komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Avedis Donabedian. (1980). The definition of quality and approaches to its assessment (Vol. 1). Health Administration Press. <https://psnet.ahrq.gov/issue/definition-quality-and-approaches-its-assessment-vol-1-explorations-quality-assessment-and>
- Chishti, H. (2024). The role of digital marketing and eWOM in shaping hospital brand image: A conceptual framework. *International Journal of Healthcare Management*, 17(2), 145–155.
- Fatmasari, E. Y.; Kusumastuti, W. (2025). The power of social media in creating branding awareness for hospital customers at teaching hospital of dental and oral in Semarang. *Journal for Quality in Public Health*, 8(2), 212–221.
- Francesca Chandra, A., & Nadjib, M. (2023). Digital marketing in the hospital: A scoping review. *Journal of World Science*, 2(1), 46–51. <https://doi.org/10.58344/jws.v2i1.178>

- Hasna, H.; Irwandy, I.; Arifah, N. (2022). Hubungan kualitas komunikasi dengan tingkat kepuasan pasien di Rumah Sakit Universitas Hasanuddin. *Hasanuddin Journal of Public Health*, 3(2), 155–165.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management*. Pearson. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2354118&val=22677&title=The%20The%20influence%20of%20social%20media%20marketing%20on%20brand%20awareness%20and%20brand%20image%20moderating%20effect%20of%20religiosity>
- Manzoor, F.; Wei, L.; Hussain, A.; Asif, M.; Shah, S. I. (2019). Patient satisfaction with healthcare services: An application of physician's behavior as a moderator. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(18), 3318.
- Mehra, P.; Mishra, A. (2021). Role of communication, influence, and satisfaction in patient recommendations of a physician. *Vikalpa*, 46(2), 99–111.
- Nur Al Islamiyah, M., & Wuisan, D. S. S. (2024). Analyzing the impact of marketing mix and hospital brand image on patient satisfaction and loyalty: A study at XYZ maternity hospital. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 4(10), 8471–8490. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i10.1581>
- Wati, D. K. (2025). Digitalisasi pelayanan kesehatan dan implikasinya terhadap pengalaman pasien: Pendekatan human-centered marketing. *Jurnal Kajian Manajemen Strategik*, 8(1), 45–58.
- Yunartha, M. (2018). Hubungan kendali mutu dengan kualitas pelayanan kesehatan pasien rawat inap BPJS kesehatan di RSD KH. Daud Arif Kabupaten Tanjung Jabung Barat tahun 2017. *Scientia Journal*, 7(1), 45–55.
- Zeithaml, V. A.; Berry, L. L.; Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46.
- Zalukhu, L., et al. (2026). Strategi pemasaran digital melalui media sosial dalam meningkatkan loyalitas konsumen UMKM. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 5(1). <https://doi.org/10.55606/jurrie.v5i1.7721>
- Lestari, et al. (2026). Membangun citra diri positif untuk masa depan karier melalui personal branding pada siswa SMA Negeri 1 Batujaya. *Komunitas: Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2). <https://doi.org/10.62951/komunitas.v3i2.359>
- Sari, I. P., et al. (2026). Pemanfaatan teknologi informasi dalam negosiasi dan komunikasi bisnis: Analisis deskriptif berbasis studi pustaka. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 4(1). <https://doi.org/10.61132/moneter.v4i1.2044>