

**UPAYA DIPLOMASI PUBLIK MALAYSIA TERHADAP INDONESIA DALAM
MEMPROMOSIKAN PARIWISATA MEDIS
TAHUN 2017-2022**

Oleh : Fakhriyah Intan Maharani

Email: fakhriyah.intan1924@student.unri.ac.id

Pembimbing: Hendrini Renolafitri, S.IP., MA

Bibliografi: 11 Buku, 25 Jurnal, 4 Skripsi/Tesis, 41 Website,

15 Laporan dan Dokumen Resmi

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R Soebrantas KM 12.5, Simp. Baru Pekanbaru

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Malaysia, as a country, tends to be the preferable option for Indonesians to get medical treatment due to its various benefits. The main factors that lead Malaysia as the chosen destination for Indonesian visitors are its popular image as a Muslim-friendly country, its geographical proximity, the quality of its service and facility, the affordability, the experience testimony, and the combination of tourism experience and medical treatment. Furthermore, in 2017, the Malaysia Healthcare Travel Council (MHTC) as the facilitator of the medical treatment industry targeted Indonesia to be one of its main markets to promote Medical Tourism effectively.

This study analyses the perspective of pluralism on the nation-state level. As theoretical proof, this study uses the theory of public diplomacy and the concept of medical tourism. The data for this qualitative research was mainly done by gathering various data from books, journals, theses, official documents, reports, and websites that have relevance to the study.

The result of the study has shown that Malaysia's public diplomacy towards Indonesia was mainly done by promoting its medical tourism within 3 sectors: 1) news management, through social media and Healthcare Virtual Week Webinar; 2) strategic communication, through the Malaysia Healthcare Expo (MHX), held in several cities in Indonesia; 3) relationship building, by establishing the branch office of Malaysia Healthcare Travel Council in Jakarta and also partnership with flight agencies, health insurance, and banks in Indonesia.

Keywords: *Medical Tourism, Public Diplomacy, Indonesian Medical Tourists, Malaysia Healthcare Travel Council, Malaysia Healthcare Expo*

PENDAHULUAN

Penelitian ini merupakan suatu kajian dalam Hubungan Internasional mengenai upaya suatu negara untuk dapat meningkatkan eksistensi industri pariwisata medisnya, khususnya ke dalam lingkup global sehingga dapat memberi dampak yang signifikan terhadap keberlangsungan kehidupan negara. Sejumlah negara di dunia telah menjadikan pariwisata medis sebagai prioritas dalam kebijakannya dan semakin gencar mempromosikan layanan perawatan kesehatannya untuk menarik lebih banyak kunjungan wisatawan medis internasional.

Pariwisata medis (*medical tourism*) di mana seseorang melakukan perjalanan ke negara lain untuk memperoleh perawatan medis semakin mengalami perkembangan dalam satu dekade terakhir. Hal tersebut terjadi karena tingginya biaya perawatan medis di rumah sakit lokal, minimnya fasilitas dan tenaga medis yang memadai di negara asal, daftar tunggu yang panjang, serta kemudahan untuk menjangkau negara tujuan.¹ Selain bepergian ke luar negeri dengan tujuan untuk mendapatkan perawatan medis seperti prosedur bedah dan perawatan gigi, pelancong juga berkesempatan untuk mengunjungi destinasi wisata yang terdapat di negara tersebut.

Pariwisata medis di kawasan Asia dipelopori oleh negara-negara seperti Malaysia, Singapura, Thailand, India, Taiwan, Filipina, dan Korea Selatan.² Salah satu negara di kawasan tersebut yang telah menjadi destinasi favorit

wisatawan medis internasional untuk melakukan perawatan adalah Malaysia. Pariwisata medis di Malaysia pertama kali diperkenalkan pada tahun 1998 pasca krisis finansial Asia sebagai respon atas terjadinya penurunan yang drastis terhadap permintaan layanan rumah sakit swasta sehingga harus menanggung impor obat-obatan serta peralatan medis dengan biaya yang lebih tinggi.

Perdana Menteri Mahathir Mohamad yang memerintah pada masa itu mendesak penyedia layanan kesehatan untuk menjadikan sektor perawatan medis dan kesehatan sebagai pendorong pendapatan perekonomian negara dengan menarik pasien dari luar negeri guna menutupi penurunan jumlah pasien lokal. Sebagai upaya untuk mendukung hal tersebut, Pemerintah Malaysia mendirikan National Committee for the Promotion of Medical and Health Tourism (NCPMHT) pada tahun 1998 melalui Kementerian Kesehatan untuk mempromosikan keunggulan rumah sakit di Malaysia.

Sejak tahun 1998, Malaysia telah berupaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan medis asing, mengembangkan fasilitas kesehatan, serta mempromosikan layanan perawatannya ke ranah internasional. Pada tahun 2005, Pemerintah Malaysia melalui Kementerian Kesehatan memutuskan untuk mengganti NCPMHT menjadi sebuah departemen yang bernama Malaysia Healthcare Travel Council (MHTC). Sebagai fasilitator industri perawatan medis yang masih muda di negara tersebut, MHTC pada akhirnya diresmikan sebagai entitas formal pada

¹ John Connell, 2006, "Medical Tourism: Sea, Sun, Sand, and ... Surgery," *Tourism Management*, Vol. 27, No. 6, hlm. 1094

² Chee Heng Leng, 2010, "Medical Tourism and the State in Malaysia and Singapore," *Global Social Policy*, Vol. 10, No. 3, hlm. 337

tanggal 3 Juli 2009 dan memiliki *brand* tersendiri yaitu “Malaysia Healthcare” dan *tagline* “Quality Care for Your Peace of Mind”.

Berdasarkan laporan National Transformation Programme (NTP) Malaysia, pada tahun 2015, mayoritas wisatawan medis yang berkunjung ke Malaysia berasal dari Indonesia (62%), Timur Tengah (7,4%), India (3%), Tiongkok (2,6%), Jepang (2,6%), Australia, Selandia Baru, dan Inggris (2,5%), serta negara lainnya di kawasan Asia Tengah dan Asia Tenggara.³ Hampir setiap tahunnya, Indonesia merupakan negara asal wisatawan terbesar yang melakukan perawatan medis dan kesehatan di Malaysia. Sejumlah faktor penarik bagi wisatawan medis asal Indonesia yaitu kedekatan geografis antar kedua negara sehingga mudah dijangkau, layanan dan peralatan medis yang berkualitas, keterjangkauan biaya, banyaknya pengalaman positif pasien yang telah berobat ke Malaysia sebelumnya, ramah bagi pasien Muslim, serta banyaknya destinasi wisata yang dapat dikunjungi wisatawan medis untuk memulihkan diri.

Potensi yang dimiliki masyarakat Indonesia yang berkunjung untuk memperoleh perawatan medis sangat besar karena dapat menjadi sumber pendapatan bagi perekonomian Malaysia. Dalam laporan National Transformation Programme Malaysia, pada tahun 2017, Malaysia Healthcare Travel Council telah mengidentifikasi empat negara sebagai target pasar utama yaitu Indonesia,

Myanmar, Tiongkok, dan Vietnam dengan tujuan untuk semakin memperkuat promosi secara efektif. Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini bertujuan untuk meneliti apa saja upaya diplomasi publik Malaysia terhadap Indonesia dalam mempromosikan layanan perawatan medisnya pada tahun 2017 dan dibatasi pada tahun 2022.

KERANGKA TEORI

Perspektif Pluralisme

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan perspektif pluralisme. Kaum pluralis berpendapat bahwa hubungan internasional tidak hanya ditentukan oleh aktor negara, tetapi juga aktor non-negara. Menurut sudut pandang pluralisme, semua aktor negara maupun non negara memiliki peran yang sama pentingnya dalam hubungan internasional.⁴

Terdapat empat asumsi dasar yang mendukung perspektif pluralisme, yaitu:

1. Aktor non-negara memainkan peranan penting dalam hubungan internasional seperti organisasi internasional, badan pemerintahan, birokrasi, serta kelompok lain yang pengaruhnya dapat dipertimbangkan dalam proses pembuatan keputusan atau kebijakan.
2. Negara bukan merupakan aktor tunggal (*unitary actor*) karena aktor non-negara turut memiliki peran yang penting dan sering terlibat dalam aktivitas hubungan internasional.
3. Negara bukanlah aktor rasional. Hal tersebut karena kebijakan luar negeri suatu negara merupakan hasil dari

³ National Transformation Programme, 2015, “Annual Report 2015,” http://lib.perdana.org.my/PLF/PEMANDU/PEMANDU/ENG_PEMANDU_NTP_AR2015_260416.pdf, hlm. 223

⁴ Laode Muh. Fathun, 2017, review buku *Human Rights in International Relations* oleh David P. Forstye, *MANDALA*, Vol. 1, No. 1, hlm. 169

perselisihan, konflik, kompromi, serta kompetisi dari berbagai aktor berbeda dalam suatu negara.

4. Lingkup agenda politik tidak hanya terbatas pada isu keamanan dan *power*, tetapi meluas mulai dari isu-isu ekonomi, sosial, dan lain sebagainya.⁵

Teori Diplomasi Publik

Pada penelitian ini, teori yang digunakan yaitu teori Diplomasi Publik. Menurut Jan Mellisen, diplomasi publik merupakan upaya yang dilakukan untuk menyampaikan aspek positif suatu negara kepada publik asing di luar negaranya dengan menciptakan opini publik yang memengaruhi pandangan mereka terhadap negara tersebut.⁶ Diplomasi tradisional dan diplomasi publik memiliki perbedaan mendasar yang jelas di mana yang pertama berfokus pada hubungan antara perwakilan negara atau aktor internasional lainnya, sementara yang terakhir menargetkan masyarakat umum di suatu kelompok, organisasi, dan individu non-resmi yang lebih terspesialisasi.

Menurut Mark Leonard, tujuan yang dapat dicapai melalui diplomasi publik yaitu:

1. Meningkatkan kesadaran akan negaranya di luar negeri dan memengaruhi publik asing untuk memiliki citra yang baik tentang negara tersebut.
2. Terciptanya persepsi positif akan suatu negara sehingga meningkatkan kebanggaan nasional di kalangan masyarakatnya serta membuat publik asing melihat aspek tertentu dengan persepektif yang sama.

3. Memperkuat kerja sama dengan negara lain dalam bidang pariwisata, pendidikan, dan membuat publik asing menjadi konsumen produk lokal suatu negara.

4. Memengaruhi publik di negara lain untuk berinvestasi serta mendukung posisi suatu negara sebagai mitra yang paling disukai dalam hubungan diplomatik.⁷

Selain itu, Mark Leonard menjabarkan upaya yang dapat dilakukan untuk mendukung keberhasilan diplomasi publik yaitu:

1. News Management

Melalui upaya ini, aktor yang melakukan diplomasi publik perlu melakukan manajemen komunikasi tentang isu-isu terkait yang ingin dicapai melalui berita dengan memanfaatkan media cetak, elektronik, maupun secara daring.

2. Strategic Communication

Upaya komunikasi strategis ini dapat dilakukan melalui kampanye serta kegiatan lainnya yang dapat mendukung kampanye tersebut. Aktor yang melakukan diplomasi publik perlu memahami betul bagaimana pesan dalam kampanye tersebut dapat tersampaikan sehingga tercipta persepsi yang memengaruhi pemikiran publik asing atau negara lain.

3. Relationship Building

Membangun sebuah hubungan dalam praktik diplomasi perlu dilakukan dengan tujuan agar pihak yang dituju saling memahami dan memiliki persepsi yang sama tentang suatu isu

⁵ M. Saeri, 2012, "Teori Hubungan Internasional Sebuah Pendekatan Paradigmatik, *Jurnal Transnasional*, Vol. 3, No. 2, hlm 15

⁶ Jan Mellisen, 2005, *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (United Kingdom: Palgrave Macmillan) hlm. 13

⁷ Mark Leonard, et. al, 2002, *Public Diplomacy* (London: The Foreign Policy Centre), hlm. 9

yang ingin dicapai oleh aktor yang melakukan diplomasi publik. Implementasi *relationship building* dapat dilakukan melalui pelatihan, pertukaran, membangun jaringan nyata dan virtual, serta memberi masyarakat akses ke saluran media.⁸

Konsep Pariwisata Medis

Pada penelitian ini konsep yang digunakan adalah pariwisata medis atau *medical tourism*. Menurut Valorie A. Crooks, et. dkk, pariwisata medis dipahami sebagai perjalanan dengan tujuan untuk memperoleh layanan medis dan kesehatan di luar negeri.⁹ Praktik ini mencakup segala prosedur medis seperti ortopedi, operasi jantung, gigi, dan operasi plastik bagi pasien internasional. Selayaknya sebagai industri pariwisata, pariwisata medis juga berafiliasi dengan broker atau fasilitator yang berspesialisasi dalam mempromosikan pariwisata lebih lanjut, termasuk membuat paket perjalanan dalam materi pemasaran berupa brosur cetak maupun situs *website* yang menarik bagi pasien internasional dan membantu memilih rumah sakit, ahli bedah, serta membantu menyelesaikan dokumen calon wisatawan medis.

K. Pollard menjabarkan tujuh faktor yang menentukan keputusan pasien ke negara mana untuk melakukan perawatan di luar negeri:

1. Kedekatan geografis, merupakan faktor yang menentukan waktu tempuh, kemudahan, dan hambatan dalam mencapai negara tujuan.
2. Kedekatan budaya seperti bahasa, agama, makanan, dan kebiasaan.

3. Citra destinasi, merupakan stereotip yang berkaitan dengan negara destinasi sehingga memengaruhi persepsi pasien terhadap fasilitas perawatan tertentu.
4. Kondisi infrastruktur dan fasilitas perawatan di negara tujuan.
5. Iklim lingkungan destinasi, seperti banyaknya lokasi dan atraksi wisata yang menjadi daya tarik tambahan.
6. Risiko dan hasil perawatan di negara tujuan.
7. Keterjangkauan biaya, tidak hanya biaya perawatan, tetapi termasuk biaya perjalanan, akomodasi, dan asuransi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan metode deskriptif yang dilakukan dengan menggambarkan suatu keadaan atau peristiwa berdasarkan fakta-fakta yang ada, kemudian diiringi dengan pengambilan kesimpulan berdasarkan fakta-fakta tersebut.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini berupa studi kepustakaan (*library research*). Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang bersumber dari buku, skripsi, jurnal, tesis, internet, serta dokumen resmi yang memiliki relevansi sesuai topik penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinamika Perkembangan Industri Pariwisata Medis di Malaysia

Pada tahun 1997, negara-negara di Asia dilanda krisis keuangan yang bermula dari Thailand dan kemudian menyebar ke berbagai negara termasuk Malaysia. Krisis turut menyebabkan Ringgit Malaysia mengalami depresiasi

⁸ Ibid

⁹ Valorie A. Crooks, et. al., 2010, "What Is Known About the Effects of Medical Tourism in Destination and Departure Countries? A Scoping

Review," *International Journal for Equity in Health*, Vol. 10, No. 266, hlm. 1

sekitar 80% dari RM2,50 menjadi RM4,50 per Dollar AS.¹⁰ Selain menyebabkan penurunan nilai mata uang, masyarakat kelas menengah ke bawah kesulitan mengakses fasilitas kesehatan. Pasien lokal di layanan kesehatan Malaysia lebih memilih kembali ke fasilitas publik daripada swasta. Penurunan utilisasi di rumah sakit swasta telah menyebabkan biaya peralatan kesehatan dan obat-obatan impor melambung tinggi. Melihat iklim ekonomi yang terjadi pada saat itu, rumah sakit swasta tidak dapat menaikkan harga.¹¹

Pemerintah Malaysia di bawah kepemimpinan Mahathir Mohamad berupaya untuk memperluas pangsa pasar dengan menarik pasien internasional guna menutupi defisit yang terjadi pada jumlah pasien lokal. Langkah pertama yang dilakukan Pemerintah Malaysia yaitu dengan membentuk the National Committee for the Promotion of Medical and Health Tourism (NCPMHT) pada tahun 1998 sebagai institusi yang memberikan dukungan kebijakan terhadap industri pariwisata medis.¹² Peran dari lembaga tersebut yaitu mengidentifikasi sasaran negara yang sesuai dengan target pariwisata medis, mengatur anggaran, mengusulkan insentif pajak yang sesuai, menentukan akreditasi yang harus dicapai,

serta pedoman dalam mempromosikan pariwisata medis.¹³ Sejak lembaga tersebut didirikan, sektor publik dan swasta telah secara aktif bekerja sama untuk mempromosikan Malaysia sebagai tujuan perawatan medis. Oleh karena itu, Krisis Finansial Asia tahun 1997-1998 merupakan sebuah titik balik yang menandai awal mula berdirinya industri pariwisata medis di Malaysia.

Seiring terjadinya perkembangan pada industri pariwisata medis, muncul kebutuhan yang meningkat akan entitas khusus untuk memfasilitasi industri tersebut. Pada tahun 2005, Kementerian Kesehatan Malaysia menggantikan National Committee for the Promotion of Medical and Health Tourism (NCPMHT) dengan sebuah lembaga bernama Malaysia Healthcare Travel Council (MHTC). Malaysia Healthcare Travel Council diresmikan sebagai entitas formal pada 3 Juli 2009 dengan logo dan *tagline*-nya tersendiri yaitu “Quality Care for Your Peace of Mind” yang menggambarkan kehangatan dan keramahan orang Malaysia yang dikombinasikan dengan perawatan berkualitas tinggi untuk ketenangan pikiran pasien.¹⁴

Penekanan terhadap industri perjalanan medis dan kesehatan sebagai sektor untuk pertumbuhan ekonomi

¹⁰ Investopedia, 2022, “Asian Financial Crisis: Causes, Response, Lesson Learned,” diakses dari <https://www.investopedia.com/terms/a/asian-financial-crisis.asp> pada 29 Oktober 2022

¹¹ Chee Heng Leng, 2007, “Medical Tourism in Malaysia: International Movement of Healthcare Consumers and the Commodification of Healthcare,” ARI Working Paper No. 83, hlm. 9, <https://www.semanticscholar.org/paper/Medical-Tourism-in-Malaysia%3A-International-Movement-Chee/72fea654861d5095e080615b4803189398c9f8e7>

¹² Economic Planning Unit, Prime Minister’s Department. n.d., “Eighth Malaysia Plan,” <https://www.epu.gov.my/en/economic-developments/development-plans/rmk/eight-malaysia-plan-2001-2005>, hlm. 442

¹³ Trie Damayanti, et. al, 2021, “Malaysian Medical Tourism Communication in Shaping Indonesian Public Opinion,” *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol. 9, No. 2, hlm. 139

¹⁴ Malaysia Healthcare Travel Council, 2019, “Malaysia Healthcare Brand Guidelines,” <https://www.mhtc.org.my/wp-content/uploads/2021/08/Malaysia-Healthcare-Brand-Guideline-Mar-2019.pdf>, hlm. 5

kembali diperhitungkan dalam Economic Transformation Programme (ETP) yang diluncurkan pada tahun 2010. ETP merupakan upaya komprehensif yang dirancang dengan tujuan untuk mentransformasikan Malaysia menjadi negara berpenghasilan tinggi pada tahun 2020.¹⁵ Pariwisata medis diidentifikasi sebagai salah satu dari 12 National Key Economic Area (NKEA) yang merupakan inti dari Economic Transformation Programme untuk memanfaatkan potensi ekonomi industri tersebut.

Pada 11th *Malaysia Plan* (11 MP) tahun 2016-2020, pariwisata medis terus menjadi salah satu pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi. Fokus yang besar diberikan kepada internasionalisasi penyedia layanan perawatan kesehatan swasta dan meningkatkan daya saing eksternal mereka untuk menangkap peluang ekspor yang lebih besar melalui perjalanan perawatan kesehatan. Targetnya yaitu menarik lebih banyak lagi wisatawan medis untuk berkunjung ke Malaysia.

Wisatawan Medis Indonesia di Malaysia

Berdasarkan data dari Malaysia Healthcare Travel Council, mayoritas wisatawan yang berkunjung ke Malaysia

untuk memperoleh perawatan medis berasal dari Indonesia, Singapura, Bangladesh, Australia, Tiongkok, India, Jepang, Filipina, Inggris, dan Amerika Serikat.¹⁶ Di antara negara-negara tersebut, Indonesia merupakan negara asal wisatawan medis terbesar yang melakukan pengobatan ke Malaysia.

Masyarakat Indonesia telah lama menjadi konsumen terbesar bagi industri pariwisata medis Malaysia. Pada tahun 2007, dari 341.288 total wisatawan medis asing yang melakukan rawat inap maupun rawat jalan ke rumah sakit di Malaysia, mayoritas berasal dari Indonesia yaitu sekitar 245.727 orang dengan persentase sebesar 72%, 10% dari Singapura, 5% dari Jepang, 3% dari Eropa, dan 3% dari India.¹⁷ Destinasi favorit wisatawan medis tersebut adalah Penang, Melaka, Kuala Lumpur, dan Johor Bahru.¹⁸ Pada tahun 2015, sekitar 500.000 orang Indonesia melakukan perjalanan ke Malaysia dengan persentase 62% dari total keseluruhan wisatawan medis yang berkunjung ke negara tersebut.¹⁹ Sebagian besar wisatawan medis Indonesia yang melakukan pengobatan berasal dari Riau, Kepulauan Riau, Medan, Aceh, Surabaya, Pekanbaru, dan Kalimantan.²⁰

Berdasarkan statistik dari Malaysia Healthcare Travel Council, jenis

¹⁵ Performance Management and Delivery Unit (PEMANDU), n.d., "Economic Transformation Programme," hlm. 5

¹⁶ Malaysia Healthcare Travel Council (MHTC), n.d., "Healthcare Traveller Statistics," diakses dari <https://www.mhtc.org.my/statistics/> pada 4 Oktober 2022

¹⁷ Suresh Narayan dan Lai Yew Wah, 2021, "Medical Tourism in Malaysia: Growth, Contributions, and Challenges," *Thailand and the World of Economy*, Vol.39, No. 1, hlm. 5

¹⁸ The Star, 2009, "Malaysian Medical Tourism Growing," diakses dari <https://www.thestar.com.my/business/business->

[news/2009/02/14/malaysian-medical-tourism-growing/](https://www.thestar.com.my/business/business-news/2009/02/14/malaysian-medical-tourism-growing/) pada 9 Oktober 2022

¹⁹ Newswire, 2016, "MHTC: 500.000 Orang Indonesia Berobat ke Malaysia pada Tahun 2015," diakses dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20160507/103/545041/mhtc-500.000-orang-indonesia-berobat-ke-malaysia-pada-2015> pada 13 Februari 2023

²⁰ Theedgemarkets, 2022, "Indonesia Tops KPI Healthcare's Medical Tourism," diakses dari <https://www.theedgemarkets.com/article/indonesia-tops-kpi-healthcares-medical-tourism> pada 5 Februari 2023

perawatan medis yang paling dicari oleh wisatawan medis di Malaysia yaitu *general health screening*, onkologi, kardiologi, kanker, fertilisasi *in vitro* (IVF), ortopedi, gastroenterologi, perawatan gigi (*dental care*), perawatan kecantikan (*aesthetics*), neurologi, urologi, serta oftalmologi.²¹

Melihat potensi yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia terhadap sektor pariwisata medis, MHTC pada tahun 2017 telah mengidentifikasi empat negara sebagai target pasar utama yaitu Indonesia, Tiongkok, Myanmar, dan Vietnam sebagai upaya untuk semakin memperkuat promosi secara efektif.²² Pada akhir tahun 2017, total sekitar satu juta wisatawan medis berkunjung ke Malaysia dengan 600.000 di antaranya berasal dari Indonesia.²³ Pada tahun 2018, lebih dari 670.000 masyarakat Indonesia bepergian ke Malaysia untuk memperoleh perawatan medis, baik rawat jalan maupun rawat inap di sejumlah fasilitas kesehatan swasta Malaysia.²⁴ Pada tahun 2019, dari 1.2 juta wisatawan medis yang berkunjung ke Malaysia, sekitar 700.000 orang berasal dari Indonesia.²⁵

Namun pada tahun 2020, pandemi Covid-19 yang melanda dunia telah menyebabkan perbatasan negara ditutup, *lockdown*, serta dikeluarkannya kebijakan larangan bepergian. Dalam cetak biru Malaysia Healthcare Travel Industry 2021-2025, MHTC memaparkan terjadi penurunan pendapatan pada industri perjalanan perawatan kesehatan dari RM 1.7 miliar pada tahun 2019 menjadi kurang dari RM 800 juta pada tahun 2020 akibat pandemi Covid-19.²⁶ Menurut CEO Malaysia Healthcare Travel Council, total pendapatan industri perjalanan perawatan kesehatan Malaysia masih mengalami penurunan di tahun 2021 yaitu menjadi sebesar RM 585 juta.²⁷

Meskipun demikian, Malaysia tetap berkomitmen untuk memulihkan industri pariwisata medis. Upaya pemasaran sejalan dengan Cetak Biru Malaysia Healthcare Travel Council 2021-2025 yang berfokus pada inisiatif *branding* yang disesuaikan dengan target pasar, dimana Indonesia menjadi negara target utama dalam hal ini.²⁸

²¹ Malaysia Healthcare Travel Council (MHTC), n.d, "Healthcare Traveller Statistics," diakses dari <https://www.mhtc.org.my/statistics/> pada 4 Oktober 2022

²² National Transformation Programme, 2017, "Annual Report," diakses dari http://www.myrekatech.com/main/medias/NTP_A_R2017_ENG.pdf, hlm. 198

²³ Annisa Purwatiningsih, et. al., 2021, "Implications of Healthcare System in Singapore and Malaysia as Interesting Lessons Towards Primary Service Innovation for Indonesia," *Jurnal Agama dan Perubahan Sosial*, Vol. 6, No. 1, hlm. 17

²⁴ Malaysia Healthcare Travel Council, 2019, "Inaugural Malaysia Healthcare EXPO 2019 in Jakarta Aims to Attract 15.000 Visitors," diakses dari

<https://www.mhtc.org.my/2019/02/14/inaugural-malaysia-healthcare-expo-2019-in-jakarta-aims-to-attract-15000-visitors/> pada 13 Februari 2023

²⁵ Suresh Narayan dan Lai Yew Wah, loc. cit

²⁶ Malaysia Healthcare Travel Council, 2021, "Malaysia Healthcare Travel Industry Blueprint 2021-2025," hlm. 9, diakses dari <https://www.mhtc.org.my/malaysia-healthcare-travel-industry-blueprint/>

²⁷ The Star, 2023, "A Stronger, More Positive Comeback for Malaysia's Medical Tourism," diakses dari <https://www.thestar.com.my/lifestyle/travel/2023/01/02/a-stronger-more-positive-comeback-for-malaysia039s-medical-tourism> pada 13 Februari 2023

²⁸ Ibid

Faktor Penyebab Malaysia Menjadi Tujuan Populer untuk Bagi Wisatawan Medis Indonesia

1. Citra dan Stereotip Destinasi

Meskipun dua negara pesaing terbesar Malaysia yaitu Singapura dan Thailand telah menjadi pemain kunci dalam waktu yang lebih lama pada industri ini, Malaysia merupakan destinasi terbaik bagi wisatawan asing yang mencari layanan dan prosedur perawatan medis halal karena citranya sebagai “negara Muslim” yang menjadi elemen kuat. Malaysia Healthcare Travel Council memastikan makanan yang disediakan di rumah sakit halal untuk dikonsumsi, menyediakan fasilitas untuk sholat, serta menyediakan produk bebas babi seperti insulin, jahitan, dan vaksin. Oleh karena itu, citra Malaysia sebagai negara Muslim itu telah menjadi daya tarik bagi wisatawan medis asing dari berbagai negara dengan mayoritas beragama Islam seperti Indonesia.²⁹

2. Kedekatan Geografis

Sekitar 60% wisatawan medis yang berobat ke Penang berasal dari Indonesia.³⁰ Bagi wisatawan medis Indonesia, lokasi Malaysia tidak terlalu jauh untuk dijangkau, terutama dari kota Medan di Sumatera Utara yang hanya membutuhkan penerbangan selama satu jam untuk tiba di Penang dan bahkan dapat menggunakan kapal feri dari kota Dumai di Provinsi Riau menuju ke Malaka. Biaya yang dikeluarkan untuk perawatan maupun akomodasi juga masih tergolong murah jika dibandingkan dengan

perawatan di negara asal dari segi kualitas. Kedekatan geografis juga berpengaruh terhadap kesamaan rumpun, agama, budaya, cuaca, makanan, dan bahasa sehingga membuat wisatawan medis Indonesia merasa lebih nyaman karena suasana di negara tujuan tidak berbeda jauh dengan di negara asal.

3. Kualitas Perawatan Medis

Meskipun kualitas perawatan dan keramahan tenaga medis tersebut tidak sepenuhnya merujuk ke seluruh fasilitas kesehatan di Malaysia, banyak dari wisatawan medis Indonesia tetap memperoleh pengalaman positif setelah memperoleh perawatan kesehatan di negara tersebut. Pasien Indonesia yang pernah berobat ke Malaysia menyetujui bahwa rumah sakit di Malaysia menyediakan dokter spesialis untuk berbagai macam penyakit apabila dibandingkan dengan di negara asal di mana distribusi dokter spesialis masih kurang merata khususnya untuk wilayah Sumatera sehingga mereka lebih memilih untuk mencari perawatan di negara tetangga.³¹

Faktor pendorong lainnya yaitu institusi perawatan kesehatan memungkinkan akses yang mudah ke spesialis untuk pemilihan prosedur cepat sehingga waktu tunggu pasien menjadi lebih singkat. Selain itu, diagnosis dokter terkait penyakit lebih akurat, peluang yang dimiliki pasien untuk berkonsultasi dengan dokter cenderung lebih luas, obat yang diberikan tidak berganti-ganti dan sesuai dengan kebutuhan, serta peralatan

²⁹ Muhammad Khalilur Rahman, et. al., 2017, “Tapping into the Emerging Muslim-friendly Medical Tourism Market: Evidence from Malaysia,” *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 8, No. 4, hlm. 516

³⁰ Azreen Rozainee Abdullah, et. al., 2020, “Factors Attracting Indonesian Medical Tourists to

Penang,” *African Journal of Hospitality, Tourism, and Leisure*, hlm. 1

³¹ Trie Damayanti, et. al., 2021, “Malaysian Medical Tourism Communication in Shaping Indonesian Public Opinion,” *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol. 9, No. 2, hlm. 144

medis yang tersedia jauh lebih memadai daripada di rumah sakit di negara asal.³²

4. Pengalaman Pasien

Hal yang berkaitan dengan pengalaman pasien adalah kepuasan setelah memperoleh pelayanan, laporan kehidupan pasca pemulihan dari operasi, serta ekspektasi pasien terhadap perawatan di rumah sakit luar negeri. Pada umumnya, pasien telah memperoleh perawatan di rumah sakit lokal, tetapi penyakit yang dialami tidak kunjung membaik meskipun telah beberapa hari operasi hingga akhirnya memutuskan berobat ke Malaysia untuk mencari opini kedua terkait diagnosis penyakit.

Berdasarkan pengalaman mereka, rangkaian prosedur pengobatan di Malaysia jauh lebih efisien mulai dari pembuatan janji temu (*appointment*), konsultasi, ketepatan diagnosa penyakit, prosedur perawatan, hingga pemulihan pasca perawatan. Pengalaman pasien yang pernah berobat di Malaysia inilah yang menjadi pertimbangan bagi calon-calon pasien lainnya yang ingin pergi ke negara tersebut untuk berobat.

5. Keterjangkauan Biaya

Perawatan di Malaysia sangat kondusif dengan didukung oleh teknologi medis berkualitas tinggi meskipun biaya yang ditawarkan terjangkau. Tidak hanya menghemat biaya untuk melakukan perawatan dengan biaya yang lebih murah, tetapi dana yang tersisa juga dapat

digunakan untuk menikmati liburan di negara tersebut.

Berdasarkan laporan resmi Malaysia Healthcare Travel Council, pasien yang memperoleh perawatan di Malaysia dapat menghemat biaya sekitar 60-80% daripada perawatan di negara seperti Amerika Serikat dan Singapura.³³ Meskipun demikian, Singapura akan terus menjadi pilihan pada bidang khusus seperti kardiologi dan kanker. Setidaknya, jumlah pasien akan terus mengarah ke Malaysia dan Thailand. Thailand telah memegang sekitar 50% pangsa pasien di Asia Tenggara. Akan tetapi, Malaysia mendapatkan tempat sebagai destinasi pilihan dengan biaya yang lebih hemat meskipun dari perspektif ukuran pasar berada setelah Thailand dan Singapura.³⁴

6. Kombinasi Atraksi Wisata dan Perawatan Medis

Sebagai salah satu destinasi liburan paling populer di Asia Tenggara, Malaysia memiliki beragam lokasi dan atraksi wisata yang indah serta menarik perhatian banyak orang mulai dari pusat perbelanjaan, pantai, pulau tropis, serta bangunan-bangunan bersejarah. Malaysia Healthcare Travel Council mengombinasikan layanan pengobatan kesehatan sekaligus paket wisata untuk beberapa destinasi di sekitar rumah sakit, mulai dari penjemputan di bandara, ketersediaan transportasi, keperluan panduan wisata, hingga panduan lokasi menginap yang diinginkan pasien.³⁵

³² Dameria Girsang, 2013, "Analisis Motivasi Perjalanan Masyarakat Sumatera Utara Berobat ke Penang Malaysia," *Juril AMIK MBP*, Vol.1, No.2, hlm. 45

³³ Malaysia Healthcare Travel Council, 2020, "Malaysia Healthcare Chronicles 2009-2019: A 10 Year Journey of Malaysia's Healthcare Travel Industry", hlm. 44

³⁴ The ASEAN Post, 2017, "Medical Tourism Booming in Southeast Asia," diakses dari <https://theaseanpost.com/article/medical-tourism-booming-southeast-asia> pada 30 Juni 2022

³⁵ Malaysia Healthcare Travel Council, 2020, "4 Tujuan Favorit Orang Indonesia di Malaysia untuk Travel dan Berobat," diakses dari <https://www.mhtc.org.my/2020/05/19/4-tujuan->

Perpaduan antara perawatan medis dan atraksi wisata tersebut dapat bermanfaat bagi pasien untuk memulihkan diri setelah memperoleh perawatan medis.

Upaya Diplomasi Publik Malaysia Terhadap Indonesia dalam Mempromosikan Pariwisata Medis

1. News Management

Dalam upaya *news management*, Malaysia Healthcare Travel Council selaku fasilitator industri pariwisata medis Malaysia memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, serta situs resmi untuk menginformasikan kepada masyarakat terkait keunggulan-keunggulan yang dapat diperoleh apabila melakukan perawatan medis dan kesehatan di Malaysia. Malaysia Healthcare Travel Council memiliki akun media sosial resmi berbahasa Indonesia yang dikelola oleh kantor cabangnya di Indonesia untuk mempermudah masyarakat memahami informasi yang disampaikan. Malaysia Healthcare Travel Council (MHTC) memiliki akun Youtube berbahasa Indonesia yang memberi informasi seputar rumah sakit terkemuka serta mengunggah video tentang pengalaman pasien Indonesia setelah memperoleh pengobatan di negara tersebut.

Selain itu, Malaysia Healthcare Travel Council (MHTC) menggelar webinar edukasi yang disebut *Malaysia Healthcare Virtual Week* (MHVW) khusus untuk masyarakat Indonesia melalui *platform* Zoom Meeting pada 10-

12 September 2021 dan pada 28 September-2 November 2022. MHVW tersebut dihadiri oleh perwakilan dari sejumlah rumah sakit terkemuka di Malaysia. Tujuan pelaksanaan edukasi virtual tersebut adalah untuk memberikan informasi lengkap mengenai keunggulan rumah sakit di Malaysia dan memberikan edukasi seputar penyakit-penyakit kritis seperti jantung, kanker, tulang, dan program bayi tabung.³⁶

2. Strategic Communication

Dalam upaya *strategic communication*, Malaysia Healthcare Travel Council langsung melibatkan masyarakat Indonesia dalam upaya promosinya dengan menyelenggarakan pameran Malaysia Healthcare EXPO (MHX) yang pertama kali diselenggarakan di Jakarta pada tahun 2019. Tujuan diselenggarakannya MHX ini yaitu untuk memperkenalkan pengalaman perawatan kesehatan terbaik di Malaysia secara lebih dekat kepada para wisatawan medis di Indonesia dengan mengadakan *talkshow* serta mendirikan *booth* perwakilan rumah sakit terkemuka Malaysia untuk memfasilitasi masyarakat Indonesia yang ingin mengetahui informasi lebih lanjut mengenai rumah sakit hingga paket perawatan yang terjangkau.³⁷

Pada tahun 2020, MHX kembali dilaksanakan di Jakarta dengan agenda yang tidak berbeda jauh dengan tahun sebelumnya. Malaysia Healthcare Expo 2020 (MHX 2020) merupakan salah satu inisiatif dari kampanye Malaysia Year of Healthcare Travel 2020 (MyHT2020)

[favorit-orang-indonesia-di-malaysia-untuk-travel-dan-berobat/](#) pada 28 Januari 2023

³⁶ Jurnas, 2021, "Malaysia Healthcare Berikan Edukasi Wisata Medis Lewat MH Virtual Week 2021," diakses dari <https://www.jurnas.com/artikel/101075/Malaysia-Healthcare-Berikan-Edukasi-Wisata-Medis->

[Lewat-MH-Virtual-Week-2021/](#) pada 13 Februari 2023

³⁷ Media Indonesia, 2020, "Malaysia Healthcare Expo 2020 Digelar di Jakarta," diakses dari <https://mediaindonesia.com/humaniora/288482/malaysia-healthcare-expo-2020-digelar-di-jakarta> pada 13 Februari 2023

yang telah diluncurkan sebelumnya pada Oktober 2019 sejalan dengan Visit Malaysia 2020 sebagai prakarsa utama untuk membentengi ekosistem perjalanan perawatan kesehatan dan memperkuat kesadaran masyarakat global bahwa Malaysia merupakan tujuan perawatan terbaik.³⁸ Namun karena pandemi Covid-19 yang melanda, penyelenggaraan MHX 2021 pun ditunda. Akan tetapi, MHX 2022 kembali dilaksanakan di tiga kota berbeda di Indonesia yaitu Jakarta, Surabaya, dan Medan.

3. Relationship Building

Dalam upaya *relationship building*, Malaysia Healthcare Travel Council telah mendirikan kantor cabangnya di Indonesia pada tahun 2012 silam tepatnya di kota Jakarta sebagai pusat informasi serta konsultasi bagi masyarakat Indonesia yang ingin berobat ke Malaysia dan mengetahui penjelasan terkait layanan pengobatan penyakit yang tidak tersedia di negara asal. Selain memberikan rekomendasi pengobatan dan rumah sakit, calon pasien asal Indonesia juga diberi tahu mengenai perkiraan anggaran yang harus disiapkan serta akan dibantu dalam hal akomodasi seperti penjemputan dari bandara ke hotel atau rumah sakit.³⁹

Selain mendirikan kantor cabang, Malaysia Healthcare Travel Council juga mengadakan kerja sama dengan sejumlah mitra dari Indonesia. Pada tahun 2017, MHTC menandatangani nota kesepahaman dengan lima mitra yaitu Golden Rama Tours and Travel, PT

Antavaya Leisure, PT AdMedika, PT Intensive Medicare, dan PT CIMB Niaga Bank. Golden Rama Tours and Travel serta PT Antavaya Leisure merupakan agen perjalanan terkemuka di Indonesia sehingga menjadi mitra yang sempurna untuk MHTC. PT AdMedika dan PT Intensive Medicare merupakan perusahaan asuransi kesehatan yang akan memberikan opsi perawatan tanpa uang tunai kepada sekitar 4.4 juta pemegang polis asuransi Indonesia yang mencari perawatan di rumah sakit anggota Malaysia Healthcare. Kemudian, melalui penandatanganan nota kesepahaman antara MHTC dan CIMB Niaga Bank, program “The Corporate Health Programme” yang bertujuan untuk meningkatkan volume pasar dan “The Platinum Visa Infinite” untuk meningkatkan belanja pasien pun diluncurkan.

Pada tahun 2018, Malaysia Healthcare Travel Council (MHTC) kembali mengadakan kerja sama dengan menandatangani nota kesepahaman dengan Air Asia Indonesia sebuah agen penerbangan untuk mempromosikan Penang sebagai destinasi perawatan medis terbaik ke masyarakat Indonesia. Melalui kolaborasi ini, MHTC akan membantu wisatawan medis untuk mengatur perjalanan, termasuk pembuatan janji temu dengan dokter dan rumah sakit, serta bagi wisatawan medis yang menggunakan AirAsia dari Indonesia ke Penang akan disediakan layanan penjemputan. Selain itu, wisatawan medis Indonesia yang menggunakan AirAsia dan telah

³⁸ Ministry of Foreign Affairs Malaysia, 2019, “About Malaysia Year of Healthcare Travel 2020 (MyHT 2020),” diakses dari https://www.kln.gov.my/web/chl_santiago/news-from-mission/-/blogs/abo-malaysia-year-of-healthcare-travel-2020-myht2020- pada 13 Februari 2023

³⁹ Tribun Timur, 2019, “Mau Tahu Informasi Rumah Sakit di Malaysia? Hubungan MHTC, Gratis,” diakses dari <https://makassar.tribunnews.com/2019/09/10/mau-tahu-informasi-rumah-sakit-di-malaysia-hubungi-mhtc-gratis?page=all> pada 28 Januari 2023

menghubungi MHTC untuk menentukan jadwal perawatan akan memperoleh diskon eksklusif serta memperoleh manfaat lebih di rumah sakit yang bermitra dengan MHTC.

SIMPULAN

Meskipun tergolong sebagai negara berkembang, Malaysia telah membuktikan kemampuannya untuk mengembangkan sektor pariwisata medisnya hingga menjadi salah satu negara tujuan perawatan terbaik di Asia. Keunggulannya dalam menyediakan layanan perawatan medis berkualitas, citranya sebagai negara ramah Muslim, keterjangkauan biaya, kedekatan geografis, banyaknya pengalaman positif pasien, serta kombinasi atraksi wisata dan perawatan kesehatan telah menjadi daya tarik bagi wisatawan medis asal Indonesia. Salah satu kekuatan yang dimiliki Malaysia adalah dukungan pemerintah melalui pendirian Malaysia Healthcare Travel Council sebagai fasilitator industri pariwisata medis.

Malaysia Healthcare Travel Council berupaya untuk mempromosikan keunggulan perawatan kesehatan Malaysia ke masyarakat Indonesia dengan memanfaatkan media sosial, menyelenggarakan webinar Malaysia Healthcare Virtual Week (MHVW) khusus untuk masyarakat Indonesia, mengadakan pameran Malaysia Healthcare Expo (MHX) di sejumlah kota di Indonesia, mendirikan kantor cabang di Jakarta, serta mengadakan kerja sama dengan agen perjalanan, perusahaan asuransi kesehatan, dan perbankan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Azreen Rozainee, et. al. 2020. "Factors Attracting Indonesian

Medical Tourist to Penang." *African Journal of Hospitality, Tourism, and Leisure*: 1-10

Connell, John. 2006. "Medical Tourism: Sea, Sun, Sand and ... Surgery." *Tourism Management*, Vol. 27, No. 6: 1093-1100

Crooks, Valorie A., et.al. 2010. "What is Known About the Effects of Medical Tourism in Destination and Departure Countries? A Scoping Review." *BMC Health Services Research*, Vol. 10, No. 266: 1-12

Damayanti, Trie, et. al. 2021. "Indonesian's Belief in Malaysian Medical Tourism." *Review of International Geographical Education*, Vol. 11, No. 3: 1257-1267

Economic Planning Unit, Prime Minister's Department. n.d. "Eight Malaysia Plan." <https://www.epu.gov.my/en/economic-developments/development-plans/rmk/eight-malaysia-plan-2001-2005>

Fathun, Laode Muh. 2017. "Review buku *Human Rights in International Relations* oleh David P. Forstyhe. *MANDALA*, Vol. 1, No. 1

Girsang, Dameria. 2013. "Analisis Motivasi Perjalanan Masyarakat Sumatera Utara Berobat ke Penang Malaysia." *Juril AMIK MBP*, Vol.1, No.2: 44-49

Investopedia. 2022. "Asian Financial Crisis: Causes, Response, Lesson Learned." Diakses dari <https://www.investopedia.com/terms/a/asian-financial-crisis.asp> pada 30 Oktober 2022

Jurnas. 2021. "Malaysia Healthcare Berikan Edukasi Wisata Medis Lewat MH Virtual Week 2021." Diakses dari <https://www.jurnas.com/artikel/101075/Malaysia-Healthcare-Berikan->

- Edukasi-Wisata-Medis-Lewat-MH-Virtual-Week-2021/ pada 13 Februari 2023
- Leng, Chee Heng. 2010. "Medical Tourism and the State in Malaysia and Singapore." *Global Social Policy*, Vol. 10, No. 3: 336-357
- Leng, Chee Heng. 2007. "Medical Tourism in Malaysia: International Movement of Healthcare Consumers and the Commodification of Healthcare." ARI Working Paper No. 83.
- Leonard, Mark, et. al. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre
- Lin, Mary Wong Lai. "The Development of Health Care System in Malaysia – With Special Reference to Government Health Services 1970-2000." National University of Singapore, 2008
- Malaysia Healthcare Travel Council. n.d. "Healthcare Traveller Statistics." Diakses dari <https://www.mhtc.org.my/statistics/> pada 23 Januari 2022
- Malaysia Healthcare Travel Council. 2019. "Inaugural Malaysia Healthcare EXPO 2019 in Jakarta Aims to Attract 15.000 Visitors." Diakses dari <https://www.mhtc.org.my/2019/02/14/inaugural-malaysia-healthcare-expo-2019-in-jakarta-aims-to-attract-15000-visitors/> pada 13 Februari 2023
- Malaysia Healthcare Travel Council. 2019. "Malaysia Healthcare Brand Guidelines." <https://www.mhtc.org.my/wp-content/uploads/2021/08/Malaysia-Healthcare-Brand-Guideline-Mar-2019.pdf>
- Malaysia Healthcare Travel Council. 2020. "Malaysia Healthcare Chronicles 2009-2019: A 10 Year Journey of Malaysia's Healthcare Travel Industry." https://malaysiahealthcare.org/wp-content/uploads/2020/01/MHTC_Chronicle-Report_18_RET1709P_Full-Book_160120@3.15pm.pdf
- Malaysia Healthcare Travel Council. 2021. "Malaysia Healthcare Travel Industry Blueprint 2021-2025." <https://www.mhtc.org.my/malaysia-healthcare-travel-industry-blueprint/>
- Malaysia Healthcare Travel Council. 2020. "4 Tujuan Favorit Orang Indonesia di Malaysia untuk Travel dan Berobat." Diakses dari <https://www.mhtc.org.my/2020/05/19/4-tujuan-favorit-orang-indonesia-di-malaysia-untuk-travel-dan-berobat/> pada 28 Januari 2023
- Media Indonesia. 2020. "Malaysia Healthcare Expo 2020 Digelar di Jakarta." Diakses dari <https://mediaindonesia.com/humaniora/288482/malaysia-healthcare-expo-2020-digelar-di-jakarta> pada 13 Februari 2023
- Mellisen, Jan. (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (United Kingdom: Palgrave Macmillan)
- Ministry of Foreign Affairs Malaysia. 2019. "About Malaysia Year of Healthcare Travel 2020 (MyHT 2020)." Diakses dari https://www.kln.gov.my/web/chl_san_tiago/news-from-mission/-/blogs/abo-malaysia-year-of-healthcare-travel-2020-myht2020 pada 13 Februari 2022
- Narayanan, Suresh, dan Lai Yew Wah. 2021. "Medical Tourism in Malaysia: Growth, Contributions and

- Challenges.” *Thailand and the World Economy*, Vol. 39, No. 1: 1-22.
- National Transformation Programme. 2015. “Annual Report 2015.” http://lib.perdana.org.my/PLF/PEMANDU/PEMANDU/ENG_PEMANDU_NTP_AR2015_260416.pdf
- National Transformation Programme. 2017. “Annual Report.” Diakses dari http://www.myrekatech.com/main/medias/NTP_AR2017_ENG.pdf
- Newswire. 2016. “MHTC: 500.000 Orang Indonesia Berobat ke Malaysia pada Tahun 2015.” Diakses dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20160507/103/545041/mhtc-500.000-orang-indonesia-berobat-ke-malaysia-pada-2015> pada 13 Februari 2023
- Performance Management and Delivery Unit (PEMANDU), n.d., “Economic Transformation Programme.” <https://policy.asiapacificenergy.org/sites/default/files/ETP.pdf>
- Purwatiningsih, Annisa et. al. 2021. “Implications of Healthcare System in Singapore and Malaysia as Interesting Lessons Towards Primary Service Innovation for Indonesia.” *Jurnal Agama dan Perubahan Sosial*, Vol. 6, No. 1: 16-28
- Rahman, Muhamad Khalilur, et. al. 2017. “Tapping into the Emerging Muslim-friendly Medical Tourism Market: Evidence from Malaysia.” *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 8, No. 4: 514-532
- Saeri, M. 2012. “Teori Hubungan Internasional Sebuah Pendekatan Paradigmatik.” *Jurnal Transnasional*, Vol. 3, No. 2: 1-19
- The ASEAN Post. 2017. “Medical Tourism Booming in Southeast Asia.” Diakses dari <https://theaseanpost.com/article/medical-tourism-booming-southeast-asia> pada 30 Juni 2022
- Theedgemarkets. 2022. “Indonesia Tops KPJ Healthcare’s Medical Tourism.” Diakses dari <https://www.theedgemarkets.com/article/indonesia-tops-kpj-healthcares-medical-tourism> pada 5 Februari 2023
- The Star. 2023. “A Stronger, More Positive Comeback for Malaysia’s Medical Tourism.” Diakses dari <https://www.thestar.com.my/lifestyle/travel/2023/01/02/a-stronger-more-positive-comeback-for-malaysia039s-medical-tourism> pada 13 Februari 2023
- The Star. 2009. “Malaysian Medical Tourism Growing.” Diakses dari <https://www.thestar.com.my/business/business-news/2009/02/14/malaysian-medical-tourism-growing/> pada 9 Oktober 2022
- Tribun Timur. 2019. “Mau Tahun Informasi Rumah Sakit di Malaysia? Hubungi MHTC, Gratis.” Diakses dari <https://makassar.tribunnews.com/2019/09/10/mau-tahu-informasi-rumah-sakit-di-malaysia-hubungi-mhtc-gratis?page=all> pada 28 Januari 2023