

STRATEGI PENGEMBANGAN *MEDICAL TOURISM*: STUDI KASUS *MEDICAL TOURISM* DI KOREA SELATAN

HANUGERAH KRISTIONO LIESTIANDRE

andre.hanoo@gmail.com

Program Studi Manajemen Kepariwisata
Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali
Jl. Dharmawangsa, Kampial Nusa Dua Bali,
Telp: (0361) 773537

ABSTRAK

Kesehatan yang merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia, kini pun dapat menjadi salah satu alternatif gaya hidup yang dapat dipilih seseorang untuk mendapatkan kepuasan di dalam hidupnya, seperti *medical tourism*. Salah satu destinasi pariwisata yang memberikan peluang sangat besar untuk mengembangkan *medical tourism* adalah Korea Selatan. penelitian ini ditujukan untuk mengetahui strategi pengembangan *medical tourism* dengan studi kasus di Korea Selatan, sehingga hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam menggarap pasar *medical tourism*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode *desk research* atau metode kepustakaan melalui sumber-sumber yang tersedia di publik seperti surat kabar, majalah, laporan riset, dan jurnal. Metode wawancara, juga digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan peneliti, dan wawancara akan dilakukan dengan pihak manajemen. *Korea Tourism Organization* (KTO). Hasil peneltian dapat disimpulkan bahwa terdapat 5 faktor-faktor pengembangan *medical tourism* yang telah dilakukan Korea Selatan dengan lebih banyak memanfaatkan segala potensi dan kekuatan telah yang dimiliki oleh Korea Selatan.

Kata kunci: strategi pengembangan, *medical tourism*

ABSTRACT

Health is one of the basic human needs, now also can be one alternative lifestyle that can be selected by someone to get satisfaction in his life, such as medical tourism. One of the tourism destinations that provide great opportunities for developing medical tourism is South Korea. This research is aimed to know the strategy of developing medical tourism with case study in South Korea, so the result of this research is expected to be used as consideration in working on medical tourism market. The research method used in this research is the method of desk research or literature method through publicly available sources such as newspapers, magazines, research reports, and journals. Interview method, also used to obtain data and information needed by the researcher, and interview will be done with management side. Korea Tourism Organization (KTO). The result of the research can be concluded that there are 5 factors of medical tourism development that have been done by South Korea with more exploit all potency and strength have owned by South Korea.

Keywords: *development strategy, medical tourism*

PENDAHULUAN

UNWTO pada tahun 2012 menyatakan, bahwa pariwisata telah menjadi pendorong utama sosio-ekonomi di hampir seluruh negara di dunia, bahkan dapat memberikan kemajuan pendapatan melalui ekspor, penciptaan lapangan kerja dan perusahaan, serta pembangunan infrastruktur karena aktivitas yang ditimbulkan oleh perkembangan pariwisata di suatu negara. Selama enam dekade terakhir, pariwisata mengalami ekspansi lanjutan dan diversifikasi, serta menjadi salah satu industri yang terbesar dan paling cepat berkembang di dunia ekonomi. Akibatnya adalah semakin bertambah banyaknya destinasi pariwisata baru telah muncul terlepas dari destinasi pariwisata yang telah menjadi favorit atau destinasi pariwisata tradisional seperti destinasi pariwisata di Eropa dan di Amerika Utara. Pada tahun 2012, wisatawan internasional yang melakukan perjalanan untuk liburan, rekreasi dan jenis rekreasi menyumbang lebih dari setengah dari semua kedatangan wisatawan internasional di seluruh dunia (52% atau 536 juta kedatangan). Sisanya, sebanyak 27% untuk tujuan yang lain seperti mengunjungi teman-teman dan kerabat (VFR), alasan agama dan ziarah, kesehatan atau pengobatan, sebanyak 14% dari wisatawan internasional dilaporkan bepergian untuk kegiatan bisnis dan tujuan pelayanan para profesional, serta sebanyak 7% wisatawan internasional bepergian dengan tujuan yang tidak dapat ditentukan.

Seiring perkembangan kegiatan pariwisata internasional, tujuan seorang wisatawan melakukan perjalanan wisatanya sangat tergantung dari kebutuhan dan motivasinya. McIntosh dan Murphy (dalam Pitana, 2005), membagi motivasi wisatawan menjadi empat macam motivasi, yang terdiri dari; (1)Physical Motivation, yaitu wisatawan yang motivasinya oleh karena alasan fisik seperti relaksasi, kesehatan, kenyamanan, olahraga, santai dan sebagainya. (2) Cultural Motivation, yaitu wisatawan yang ingin mengenal dan

mengenal budaya lain, seolah-olah akan berada di dunia lain dalam konteks waktu atau zaman. (3)Social Motivation, yaitu wisatawan yang termotivasi oleh kegiatan sosial seperti mengunjungi keluarga, mengunjungi teman, atau bahkan menjenguk orang sakit (VFR). (4)Fantasy Motivation, yaitu wisatawan yang berusaha mewujudkan sesuatu yang telah atau sedang mereka hayalkan, atau berusaha lepas dari rutinitas kesehariannya. Wisata Kesehatan (*Medical Tourism*) merupakan salah satu bentuk perjalanan pariwisata yang cukup menjadi minat dan motivasi dari wisatawan internasional.

Standar pelayanan yang terbaik dengan biaya yang relatif lebih murah menjadi alasan yang utama seseorang melakukan medical tourism, untuk mendapatkan kesehatan yang lebih baik. Ketua Umum Perhimpunan Rumah Sakit Seluruh Indonesia (PERSI) yaitu Sutoto menyatakan, banyaknya orang Indonesia berobat ke luar negeri karena faktor teknologi kedokteran, gaya hidup (*life style*) sambil berwisata (*medical tourism*) yang cenderung hanya untuk medical check up, kurangnya komunikasi dan kepedulian petugas pelayanan kesehatan kepada pasien, masih banyaknya pasien yang harus menunggu dokter hingga berjam-jam, serta masalah kepastian biaya yang menjadi pendorong masyarakat berobat ke luar negeri. Survei global tahun 2008 yang dilakukan McKinsey & Company menunjukkan alasan utama konsumen melakukan pengobatan ke luar negeri adalah teknologi mutakhir 40%, perawatan lebih baik 32%, mencari pelayanan medis lebih cepat 15% dan perawatan lebih murah 9%. Persentase wisatawan internasional yang melakukan perjalanan *medical tourism* ke wilayah regional Asia adalah Amerika Utara sebanyak 45%, Eropa 39%, Afrika sebanyak 95%, Timur Tengah sebanyak 32%, dan Ocenia sebanyak 99%. Di dalam Asia sendiri ditambahkan, sebanyak 93% wisatawan internasional Asia melakukan perjalanan *medical tourism* dengan destinasi pariwisata antar-Asia. Rogayah (2009)

menyebutkan bahwa pariwisata kesehatan mulai menarik perhatian beberapa negara di dunia terutama negara yang memiliki berbagai keterbatasan kekayaan alam. Misalnya Amerika Utara, Eropa dan negara-negara Orient yang berusaha dengan giat mencari dan memperkenalkan metoda pengobatan terapi alam dan tradisional. Negara Dominica seperti juga Afrika Selatan, Israel, Costa Rica, Yunani dan negara-negara sepanjang Laut Mediterania menggunakan keunikan dan daya tarik tanah mereka untuk mengembangkan pariwisata kesehatan dan menarik wisatawan dari seluruh belahan dunia. Secara terus-menerus pemerintahnya memberikan pendidikan modern kepada pelaksana pariwisata dan menggalang kerjasama antar departemen untuk mengembangkan berbagai potensi seperti sumber-sumber alam yang mengandung obat (air panas, danau mendidih, air terjun, hutan tropis, tanaman dan tumbuhan obat bahkan juga jenis music traditional yang menenangkan). Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) juga menyadari akan pentingnya pariwisata kesehatan dengan mulai membuat projek jangka panjang tentang pencatatan secara resmi tanaman dan obat-obatan yang ada dalam budaya tradisional yang sudah terbukti memiliki kemampuan menyembuhkan berbagai penyakit. Hal ini didukung oleh para pengusaha terkait yang melakukan kegiatan pemasaran secara maraton ke berbagai negara seperti Eropa Barat, Amerika Tengah, Jepang, Saudi Arabia dan negara-negara lainnya. Kampanyenya sendiri terutama ditujukan kepada para pasien kaya yang mencari tempat untuk istirahat, relaksasi dan pengobatan alternatif untuk mengobati penyakit kanker, atau penyakit lain yang tidak dapat disembuhkan oleh pengobatan modern lainnya. Oleh PMPK-UGM (2014) mencatat, pada tahun 2010 ada 6 RS di Asia yang masuk sebagai 10 RS terbaik dalam hal medical tourism versi MTQUA (Medical Travel and Tourism Quality Alliance), diantaranya adalah Fortis (formerly Wockhardt) Hospital,

Bangalore, India (urutan pertama), Gleneagles Hospital, Singapore (urutan kedua), Prince Court Medical Centre, Kuala Lumpur, Malaysia (urutan ketiga), Bumrungrad International, Bangkok, Thailand (urutan keenam), Bangkok Hospital Medical Center, Bangkok, Thailand (urutan ketujuh) dan Wooridul Spine Hospital, Seoul, Korea Selatan (urutan kedelapan). Sedangkan berdasarkan versi Nu Wire Investor, negara tujuan medical tourism yang paling digemari adalah Panama, Brazil, Malaysia, Costa Rica dan India. Negara-negara ini terpilih karena kualitas dan kemampuannya dalam memberikan pelayanan kesehatan selain juga kemampuan berbahasa Inggris sehingga menghilangkan barrier komunikasi antara tenaga kesehatan dengan pasien.

Di Indonesia, *Medical Tourism* cukup menjadi perhatian pemerintah untuk dapat dikembangkan menjadi salah satu sub kegiatan wisata, seperti yang tertuang di dalam PP No.50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2015. Perkembangan kesehatan dan pengobatan di jaman modern tidak melupakan obat alami. Di Eropa, sekira 60 persen penduduknya memiliki pola hidup dan cara berobat dengan mengandalkan obat alami. Indonesia adalah negara yang memiliki tumbuhan obat terbanyak di dunia. Menurut Untung Suseno, Kepala Pemberdayaan dan SDM Kemenkes (2012), Indonesia salah satu daerah di mana perkembangan *healthy medical tourism* cukup pesat. Untung mencontohkan dunia yang sudah sangat mengenal Spa Bali dengan khasiat badan segar dan sehat. Atas dasar inilah orang luar negeri banyak datang ke Indonesia. Untuk mengembangkan peluang tersebut, Kemenkes akan banyak melakukan kegiatan perkenalan *Healthy Medical Tourism*. Salah satunya melalui konferensi *Health Tourism* pada tanggal 28 November - 1 Desember 2012 di Jakarta. Abidin Siregar, Direktur Bina Yankestrad dan Alkom Kemenkes (2012)

menambahkan kekuatan obat herbal dan alami di Indonesia adalah daya tarik. Bisa menjadi magnet agar Indonesia semakin banyak dikunjungi turis untuk wisata kesehatan.

Salah satu destinasi pariwisata yang memberikan peluang sangat besar untuk mengembangkan *medical tourism* adalah Korea Selatan. *Korea Tourism Organization* (KTO) mencatat pada tahun 2013, perkembangan pasar *medical tourism* di Asia dapat memberikan pendapatan yang signifikan, bahkan diperkirakan pertumbuhannya yang tercepat di Asia. Hal ini menjadi dasar KTO sebagai organisasi pariwisata di Korea Selatan masih terus memberikan perhatian yang serius untuk meningkatkan *medical tourism* di negaranya. KTO juga telah meletakkan sebuah sub-divisi khusus yaitu *medical tourism* sebagai salah satu divisi utama di dalam divisi pemasarannya, dikarenakan perkembangannya mengalami kemajuan yang pesat 5 tahun terakhir. Pada tahun 2012, *medical tourism* berada pada peringkat no. 3 setelah makanan Korea Selatan dan K-Pop atau drama sebagai alasan utama wisatawan internasional yang datang berkunjung ke Korea Selatan.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui strategi pengembangan *medical tourism* dengan studi kasus di Korea Selatan, sehingga hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam menggarap pasar *medical tourism* secara serius dan lebih intensif.

KAJIAN PUSTAKA

Rogayah (2009) menyatakan bahwa berbagai pengertian tentang pariwisata kesehatan (*medical tourism*) diberikan oleh para pakar sebagai berikut: *Recuperation tourism is a moving or tourist activity which tourists are excited because this place has facilities needed to be health.* (Pusat Pendidikan dan Latihan Pariwisata, 1983). Sementara Eliya

(2000) menambahkan bahwa *Recuperation tourism is a moving or tourist activity which tourists are excited because this place has facilities needed to be health or to feel fresh air in a beautiful place.* Hal senada diungkap oleh Pendit (1996:37) yang menyatakan bahwa *recuperation tourism represents a journey of a tourist as a mean to convert place, environment and situation where he remains everyday for the benefit of rest for him in spiritual and corporeal meaning by visiting resorts at the same time meditation like at the source of contained hot wellspring of mineral able to heal to to make healthy or at places providing other medication facilities* (lihat pula Tabacchi, Benbhi, Wahab, Webster Distionary, Kamus Travel dan Wisata dan Idmarta).

Lebih lanjut dijelaskan bahwa *this recuperation has been doing by tourists who want to go to a place and another place because they have listened their doctor or they have attitude after bored or tired for their job.* Sementara Finn (2002) melihat pariwisata kesehatan sebagai *a long term sustainable and profitable industry.* Ahli ini kemudian menambahkan bahwa *health tourism is not very different than beach, eco or traditional tourism. It is a bit different from the other forms of tourism due to the fact that it is a form of telemedicine and like conventional medicine, there are in inherent ethical rules, codes of conduct and practise guidelines and patterns.*

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *medical tourism* kegiatan wisata yang dilakukan oleh orang-orang ke berbagai tempat dengan tujuan memperoleh fasilitas yang dibutuhkan untuk memperbaiki, menyembuhkan berbagai penyakit atau sekedar menghilangkan kebosanan dari tekanan pekerjaan sehari-hari. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) dalam Rogayah (2009) juga menyadari akan

pentingnya pariwisata kesehatan dengan mulai membuat proyek jangka panjang tentang pencatatan secara resmi tanaman dan obat-obatan yang ada dalam budaya tradisional yang sudah terbukti memiliki kemampuan menyembuhkan berbagai penyakit. Hal ini didukung oleh para pengusaha terkait yang melakukan kampanye secara maraton ke berbagai negara seperti Eropa Barat, Amerika Tengah, Jepang, Saudi Arabia dan negara-negara lainnya. Kampanyenya sendiri terutama ditujukan kepada para pasien kaya yang mencari tempat untuk istirahat, relaksasi dan pengobatan alternatif untuk mengobati penyakit kanker, atau penyakit lain yang tidak dapat disembuhkan oleh pengobatan modern lainnya.

Utama (2011) menambahkan, bahwa *health-tourism* dan *medical-tourism* adalah dua hal yang berbeda, dimana *health tourism* dapat diartikan sebagai pariwisata kesehatan berupa perjalanan untuk pemeliharaan dan atau pemulihan kesehatan yang pada hakekatnya dilakukan oleh orang yang sehat, tidak menderita suatu penyakit, atau orang yang baru sembuh dari perawatan. Sedangkan *medical tourism* lebih condong menyangkut tindakan medik pengobatan (*cure*), operasi dan atau tindakan medik lainnya, yang dilakukan terhadap penderita suatu penyakit atau kelainan kondisi kesehatannya. "*Medical tourism, which focuses more on surgical procedures, health tourism is a much broader concept centered mainly around resorts designed to pamper or improve the body and relax the mind*". *Medical tourism (also known as Health Tourism) is the practice of traveling abroad to obtain healthcare services. (discover medical tourism, 2010)*. Menurut *Discover medical tourism* (2000), *medical tourism* lebih terfokus pada "*surgical procedures*" namun *health tourism* lebih banyak dihubungkan dengan konsep sebuah *resort* yang dirancang untuk tujuan relaksasi, mencari ketenangan, serta peningkatan kebugaran tubuh. Namun antara

istilah *medical tourism* dan *health tourism* sebenarnya dianggap dua hal yang tidak jauh berbeda menurut anggapan para konsumen atau wisatawan.

METODELOGI

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode *desk research* atau metode kepustakaan dilakukan melalui sumber-sumber yang tersedia di publik seperti surat kabar, majalah, laporan riset, dan jurnal. Metode wawancara, juga digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan peneliti, dan wawancara akan dilakukan dengan pihak manajemen KTO, baik KTO yang ada di Korea Selatan, maupun dengan KTO yang ada di Jakarta. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif, yaitu metode yang digunakan untuk memaparkan data yang telah diketahui melalui pengumpulan data yang diperoleh sesuai dengan kenyataan. Teknik analisis ini digunakan untuk menjelaskan atau memaparkan data yang didapatkan baik data kualitatif maupun data kuantitatif (Kusmayadi, Sugiarto 2000:29).

PEMBAHASAN

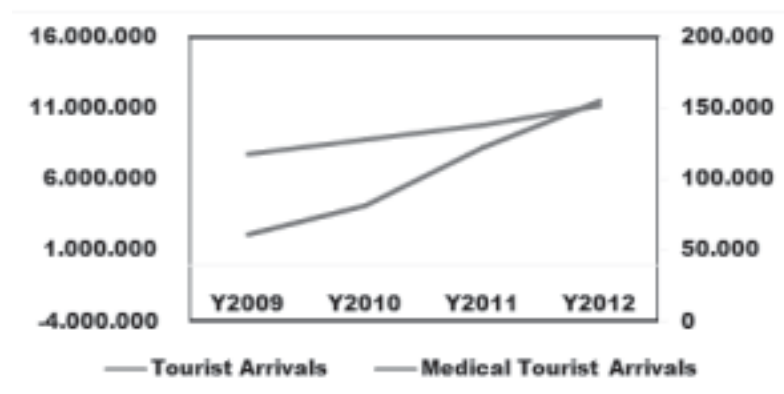
Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan disebabkan karena upaya KTO sebagai penggerak kepariwisataan ke Korea Selatan, mampu menawarkan produk-produk memiliki keunikan dan karakter yang kuat. Kekuatan inilah yang dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh KTO dalam mengembangkan pasar pariwisata mereka. Diantaranya adalah *Medical Tourism* atau wisata kesehatan, dalam pengertian bahwa wisatawan atau orang yang berkunjung ke Korea Selatan ini adalah dalam rangka untuk memulihkan kesehatan, menyembuhkan diri mereka dari sakit yang dialaminya, dan termasuk didalamnya adalah *cosmetic surgery*. Berdasarkan laporan dari seluruh rumah sakit internasional yang ada

di Korea Selatan, terdapat 155.672 medical tourists pada tahun 2012.

Memang jumlah ini masih terlihat relatif kecil jika dibandingkan dengan jumlah seluruh wisatawan yang datang berkunjung ke Korea Selatan sebanyak 11.140.000 orang. Namun jika dilihat dari tingkat pertumbuhannya, medical tourist pertumbuhannya mencapai hingga 36,5% sejak tahun 2009, atau rata-rata sebesar 12,5% untuk pertumbuhan tiap tahunnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Pada tabel Perbandingan *International Tourist* dan *Medical Tourist* di Korea Selatan dapat terlihat bahwa pertumbuhan dari Medical Tourist melampaui cukup tinggi jika dibandingkan dengan pertumbuhan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan.

Tabel 1
Perbandingan *International Tourist* dan *Medical Tourist* di Korea Selatan



Sumber: Korean Tourism Organization

Hal ini menunjukkan potensi pasar yang sangat baik bagi Korea Selatan pada umumnya dan KTO pada khususnya untuk menggarap medical tourism lebih serius lagi sehingga dapat mendorong pertumbuhan wisatawan internasionalnya.

Sampai sejauh ini masih belum bisa dipastikan secara tepat, dari sejumlah medical tourist yang menjadi pasien di rumah sakit internasional Korea Selatan disebabkan karena penyakit apa atau dengan alasan apa melakukan kegiatan medikal tersebut. Hal ini disebabkan karena demi menjaga privasi dan kerahasiaan pasien, serta telah menjadi kode etik bagi rumah sakit setempat yang wajib menjaga data dan informasi terkait dengan pasiennya. Namun dapat ditegaskan oleh KTO, bahwa dari sejumlah 155.672 orang yang telah menjadi medical tourist di Korea Selatan adalah untuk melakukan cosmetic surgery atau yang biasa dikenal dengan

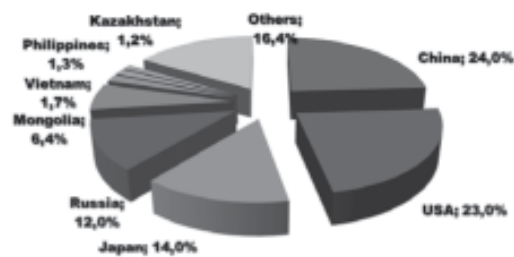
operasi/bedah plastik, yang secara sederhana dapat didefinisikan sebagai tindakan medis yang berkaitan dengan koreksi atau restorasi bentuk dan fungsi tubuh (*The International Society of Aesthetic Plastic Surgery* 2011). KTO sebagai bagian dalam kegiatan pemasaran pariwisata di Korea Selatan juga menyiapkan *cosmetic surgery* sebagai bagian dari produk wisata yang diunggulkan untuk dapat menarik wisatawan internasional lebih banyak lagi.

Pada kenyataannya, memang Korea Selatan termasuk negara yang paling banyak melakukan *cosmetic surgery* jika dibandingkan dengan negara-negara lain di Asia. Tercatat bahwa Korea Selatan untuk setiap tahunnya rata-rata dapat melakukan *cosmetic surgery* sebanyak 10.000 kali, atau 1,7 kali lebih tinggi daripada di Taiwan, 1,8 kali lebih tinggi daripada di Amerika Serikat, 2,3 kali lebih tinggi di Jepang, dan 8,2 kali lebih tinggi dari orang di Cina (*The International Society of Aesthetic Plastic Surgery*

2011). Hal inilah yang menjadi salah satu sebab tertariknya wisatawan untuk melakukan *cosmetic surgery* di Korea Selatan.

Wisatawan yang memiliki motivasi untuk melakukan *cosmetic surgery*, akan mempertimbangkan rasa aman, nyaman, serta hasil yang sesuai dengan harapan mereka. Melihat tingginya jumlah *cosmetic surgery* yang dilakukan di Korea Selatan, telah menjadi pertimbangan bagi wisatawan tersebut dalam memilih destinasi suatu negara yang hendak dikunjunginya.

Tabel 2
Pasar *Medical Tourist* di Korea Selatan Tahun 2012



Sumber: *Korean Tourism Organization*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pasar utama atau wisatawan yang datang berkunjung ke Korea Selatan dengan tujuan *medical tourism* adalah China, USA, Jepang, dan Rusia. Total persentase dari ke empat negara tersebut 73% dari keseluruhannya, dengan pertumbuhan secara kombinasi untuk pasar China dan Rusia sebesar 95% untuk setiap tahunnya. Jika melihat komposisi pasar *medical tourist* di Korea Selatan tersebut, terdapat negara-negara seperti China, USA, dan Jepang yang secara teknologi kesehatan dan perkembangan ilmu kedokterannya juga telah diakui oleh dunia. Namun yang menjadi pertanyaan adalah kenapa wisatawan-wisatawan dari ketiga negara tersebut justru melakukan perjalanan *medical tourism*-nya ke Korea Selatan, tidak di dalam negeri mereka saja, yang mungkin relatif lebih dekat dan tentu dengan biaya yang lebih murah.

Strategi Pengembangan *Medical Tourism* di Korea Selatan

Perkembangan *Medical Tourism* yang dirasakan signifikan oleh KTO ini adalah dikarenakan adanya keseriusan dan kejelian KTO dalam mengemas dan mengembangkan *Medical Tourism* di Korea Selatan sebagai bagian yang tidak bisa dipisahkan dengan bagian yang lain di dalam kepariwisataan mereka. Kesuksesan pariwisata Korea Selatan diakui juga oleh KTO akibat dari turut andilnya pengembangan *Medical Tourism*. Adapun kesuksesan ini akibat adanya beberapa faktor yang dijadikan strategi dalam pengembangan *Medical Tourism* di Korea Selatan adalah:

Excellence in medical care & service

Berdasarkan survey yang telah dilakukan oleh KTO, lebih dari 63% *medical tourist* yang memilih Korea Selatan sebagai destinasi pariwisata untuk *Medical Tourism* adalah untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang lebih baik dari negara tempat tinggalnya, ataupun negara lain. Kesungguhan hati dalam melayani dan menangani setiap pasien di Korea Selatan diakui menjadi dasar untuk menciptakan pelayanan yang prima (*excellence service*) dan meningkatkan kelangsungan hidup pasien. Tidak tanggung-tanggung, akibat pelayanan prima yang dilakukan oleh pelayanan di setiap rumah sakit di Korea Selatan berdampak pada pengakuan tahun 2011 menyatakan, bahwa Korea Selatan telah berhasil meningkatkan kelangsungan hidup pasien kanker dari 59,5% pada tahun 2008 menjadi 62,0% pada tahun 2009, sedangkan angka kematian kanker menunjukkan penurunan 19% pada tahun 2006 dan penurunan 21% pada tahun 2008. Selain itu, berdasarkan indikator kualitas kesehatan yang dirilis oleh negara-negara anggota OECD, menunjukkan bahwa Korea Selatan unggul dalam pengobatan kanker rahim dan tingkat kelangsungan hidup untuk kanker perut, 65,3%. Hal ini telah melampaui orang-

orang dari Amerika Serikat (26%), Eropa (24,9%), Jepang (62,1%) dan Kanada (22%). Selain itu, tingkat kelangsungan hidup dari kanker tiroid di Korea Selatan adalah 99,7% sedangkan kanker payudara adalah 90.6%. Korea Selatan juga memiliki perawatan yang paling efektif untuk kanker perut. Korea Selatan berada di pusat perhatian dunia karena pengobatan kanker perut yang sangat baik. Menurut Badan Internasional untuk Penelitian Kanker (IARC) data yang diterbitkan oleh pemerintah Korea, yang didasarkan pada publikasi dari negara lain, tingkat kelangsungan hidup untuk kanker perut di Korea adalah pada 64,2%, lebih tinggi dari Jepang (56,6%) dan US (52.1%). Edisi April 2010 dari *Annals of Surgery*, jurnal medis terkenal di dunia sejak 1885, mengatakan bahwa Rumah Sakit Seoul St Mary - Universitas Katolik Korea, menunjukkan tingkat kelangsungan hidup 30% lebih tinggi untuk kanker perut daripada *Memorial Sloan-Kettering Cancer Center (MSKCC)* di Amerika Serikat, hasil dari studi bersama internasional pada pengobatan kanker perut dari dua rumah sakit di atas. Penelitian ini juga membandingkan tingkat kelangsungan hidup 5 tahun dari 711 pasien yang dirawat di MSKCC dan 1646 pasien dari Rumah Sakit Korea Seoul St Mary yang menunjukkan tingkat kelangsungan hidup 81%, lebih tinggi dari 58% ditemukan di Amerika Serikat

Departemen Kesehatan & Kesejahteraan Korea Selatan, bahwa pemerintah telah melakukan tingkat kelangsungan hidup pada tahun 2015 dari 54% menjadi 67% setelah melakukan musyawarah oleh Komite Manajemen Kanker Nasional. Tingkat kelangsungan hidup Kanker mengacu pada persentase orang mampu bertahan lima tahun setelah didiagnosis dengan dan dirawat karena kanker. Ini sebenarnya berarti tingkat kesembuhan total. Tingkat kelangsungan hidup yang sangat baik seperti untuk pasien kanker di Korea Selatan ini dikarena upaya terus-menerus dari pemerintah untuk mengelola kanker dan

memajukan teknologi medis. Korea Selatan telah membangun reputasinya dalam menggunakan robot sebagai alat bantu dalam tindakan operasi medis (*robot-asisted surgery*). Teknologi pengobatan kanker canggih yang dimiliki setiap tahun menarik banyak ahli medis dari Jepang, Taiwan dan banyak negara lain untuk untuk mempelajari teknik bedah dibantu robot di Pusat Kanker Nasional Korea Selatan.

Terapi Proton di di Pusat Kanker Nasional Korea Selatan adalah salah satu teknik pengobatan kanker yang paling terkenal di Korea Selatan. Terapi Proton adalah jenis terapi partikel yang menggunakan ion hidrogen, yang 1.800 kali lebih berat daripada elektron. Proton dipercepat oleh siklotron menyinari tubuh manusia mengandung tumor kanker untuk menghancurkan DNA yang dikandung oleh tumor ini. Korea Selatan juga diakui sebagai *Asia's best international medical journal publication* atas konsistensi dan eksistensinya dalam penelitian-penelitian serta tulisan-tulisan ilmiah yang terkait dengan bidang kesehatan. Di dalam *Nature Publishing Index*, Korea Selatan termasuk *Asia's best international medical journal publication* bersama Jepang dan China.

Berdasarkan pada kondisi-kondisi diatas, Korea Selatan tidak lantas berdiam diri dan merasa puas atas hasil pencapaian tersebut. Pemerintah Korea Selatan terus meningkatkan infrastruktur kesehatannya, bahkan telah mengembangkan proyek informasi dan teknologi kesehatan ke Arab Saudi untuk 10 tahun kedepan.

Easy Accessibility

Secara geografis, Korea Selatan memang sangat diuntungkan dengan posisinya yang berada tepat di tengah benua-benua yang ada di dunia. Letak geografis Korea Selatan yang berada di antara Benua Eropa, Benua Amerika, maupun Benua Asia ini, menjadikan Korea Selatan negara yang penting dalam industri penerbangan dan perjalanan. Khususnya di Asia,

Korea Selatan berada dekat dengan kota-kota besar dan penting dalam perekonomian Asia. Jika diukur dan dihitung kota-kota yang ada di Asia tersebut, tidak kurang dari 61 kota dengan populasi penduduknya yang lebih dari 1 juta orang berada tidak jauh dari Korea Selatan. Kota-kota di Asia tersebut cukup dapat dijangkau hanya dengan 3,5 jam perjalanan dengan menggunakan transportasi udara.

Akibat dari letak geografisnya tersebut dan pentingnya Korea Selatan bagi negara-negara di Asia, maka negara-negara di Asia pun tergantung dengan Korea Selatan walaupun hanya sebagai tempat persinggahan untuk melanjutkan perjalanannya ke Benua Eropa ataupun Benua Amerika, demikian pula sebaliknya. Bahkan hingga saat ini, Korea Selatan memiliki banyak sekali penerbangan-penerbangan langsung yang menjangkau kota-kota utama dan kota-kota penting di Benua Eropa dan Benua Amerika. Hal ini disebabkan pula oleh letak geografis Korea Selatan yang sangat strategis untuk menjangkau kota-kota yang lain di negara-negara dalam benua-benua tersebut.

Karena faktor inilah Korea Selatan berani menjadikan dirinya sebagai destinasi *medical tourists*. Seorang wisatawan yang dalam hal ini adalah calon pasien bagi rumah sakit di Korea Selatan, memiliki alternatif yang baik untuk memilih Korea Selatan sebagai destinasi perjalanannya untuk masalah kesehatannya. Mereka akan memilih Korea Selatan karena adanya dukungan pemerintah dalam bentuk-bentuk diatas dapat merangsang dan memotivasi seluruh aktivitas kesehatan dari segala sektor, karena dengan adanya dukungan tersebut menunjukkan keseriusan pemerintah dalam mengembangkan *medical tourism*. Sektor swasta dan masyarakat merasa aman dan terjamin dalam mengembangkan segala upaya yang dilakukannya untuk terus mengambil manfaat dari *medical tourism*. Dukungan pemerintah tersebut juga merangsang usaha-usaha kesehatan yang ada di Korea Selatan

sehingga lebih dinamis dan bersaing melalui manajemen dan pelayanan yang profesional dan dilakukan secara semaksimal mungkin. Jika pemerintah sungguh-sungguh terhadap *medical tourism* maka masyarakatnya pun akan turut mendukung, sehingga terjadi hubungan timbal balik yang menguntungkan antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat.

4. “Hallyu” (Korean Wave)

Strategi selanjutnya adalah keterkaitan *medical tourism* dengan kepariwisataan yang sedang dibangun oleh Korea Selatan yaitu “Hallyu”. *Hallyu* adalah sebuah gebrakan yang dilakukan pemerintah Korea Selatan untuk menunjang terobosan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Korea Selatan, dengan cara menggabungkan seluruh aktivitas pemasaran yang terintegrasi dengan industri yang sedang berkembang di Korea Selatan seperti hiburan (musik, drama, dan pertunjukan), teknologi, kecantikan, makanan dan minuman, maupun kesehatan. Gebrakan ini diakui oleh KTO telah memberikan dampak yang sangat besar terhadap perkembangan kepariwisataan di Korea Selatan. Gebrakan dari industri-industri tersebut secara bersamaan dilakukan terhadap negara-negara yang telah menjadi sasaran dari aktivitas pemasaran, dan dampaknya telah memberikan nilai yang sangat signifikan secara positif. Oleh karena itu gebrakan ini di kenal juga dengan Gelombang Besar Korea atau *Korean Wave*. artis-artis tersebut, telah memotivasi sejumlah orang untuk ingin memiliki kecantikan seperti layaknya artis idola mereka, baik wanita maupun pria. Khususnya dalam hal ini adalah orang atau masyarakat yang memiliki karakter kulit dan fisik yang relatif hampir sama dengan masyarakat Korea Selatan yaitu orang-orang Asia seperti Cina, Jepang, dan negara-negara dari wilayah Asia Tenggara termasuk Indonesia. Disertai dengan perkembangan industri kecantikan Korea Selatan yang berkembang dengan sangat pesat, menunjang keberhasilan strategi ini. Telah diakui

juga oleh para wisatawan terhadap jaminan keamanan dan kualitas dari produk-produk kecantikan yang diproduksi oleh Korea Selatan, serta didukung dengan tingkat harga yang relatif jauh lebih murah, jika dibandingkan dengan produk-produk kecantikan di negara mereka sendiri.

Akibat adanya *Korean Wave* tersebut, maka telah berhasil merangsang tingkat kunjungan wisatawan ke Korea Selatan yang sangat signifikan. Dari seluruh wisatawan Jepang yang merupakan pasar utama dan jumlah wisatawan yang paling banyak mengunjungi Korea Selatan ini, 49% menyatakan alasan mereka mengunjungi Korea Selatan adalah karena *medical tourism*. Hal ini seolah-olah telah menjadi budaya baru bagi mereka, jika ingin melakukan perjalanan wisatanya seperti *medical tourism*, Korea Selatan merupakan destinasi utamanya. Wisatawan-wisatawan Jepang juga memilih Korea Selatan sebagai destinasi *medical tourism* karena teknologi dan kualitas pelayanan kesehatan yang ditawarkan. Akibat teknologi dan kualitas kesehatan tersebut, mereka dapat menyelesaikan masalah kesehatan mereka relatif lebih cepat dan murah dibandingkan jika mereka melakukannya di negara mereka sendiri.

“*Hallyu*” atau *Korean Wave* telah memberikan peluang yang besar terhadap kemajuan dan perkembangan *medical tourism*. Melalui “*Hallyu*” atau *Korean Wave* juga diharapkan terus oleh KTO untuk dapat diterima oleh pasar wisatawan mancanegara lainnya, tidak hanya Jepang, dan China yang telah mendominasi dalam jumlah wisatawan mancanegara di Korea Selatan, tetapi juga terhadap pasar wisata seperti USA, Eropa, dan negara-negara Asia lainnya yang telah dibidik oleh Korea Selatan.

New Paradigm: Medical Korean Wave 4.0

Korea Selatan juga menyadari masih adanya beberapa kendala dan tantangan dalam upaya mengembangkan *medical tourism* di negaranya. Kendala dan tantangan tersebut yang

paling dianggap berpengaruh terhadap perkembangan *medical tourism* di Korea Selatan adalah:

Tingkat persaingan, semakin banyaknya destinasi-destinasi pariwisata yang menawarkan *medical tourism* baik itu negara maupun wilayah-wilayah tertentu dalam suatu negara.

Berdasarkan pertumbuhan tingkat persaingan bisnis dalam industri *medical tourism* ini, Korea Selatan harus terus berupaya mencari nilai tambah untuk memperkuat posisinya sebagai destinasi *medical tourism* yang berkualitas.

Side effect from excessive boom, akibat tingginya pertumbuhan *medical tourism* di Korea Selatan, menyebabkan pertumbuhan bisnis pariwisata sebesar 700 lebih usaha yang mengarah kepada *medical tourism* melalui paket-paket wisata dan penawaran produk yang bersaing selama 4 tahun terakhir. Kepedulian masyarakat akan pertumbuhan ini dapat memberi dampak yang negatif kepada pertumbuhan pelayanan kesehatan yang masih bersifat konvensional atau alami (herbal).

Unlawful activities, akibat dari pertumbuhan ini juga berdampak kepada semakin banyaknya usaha-usaha sejenis yang ilegal, tanpa ijin yang jelas menawarkan produk-produk *medical tourism* kepada wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan. Begitu pula beberapa rumah sakit yang sudah terdaftar pun dapat memberikan laporan keuangan yang diragukan keasliannya untuk mengurangi bahkan menghindari pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah.

Berdasarkan permasalahan dan tantangan tersebut, maka KTO berupaya untuk membuat beberapa solusi, yaitu:

Differentiation with Traditional Medicine, kembali fokus kepada kekuatan Korea Selatan dalam kesehatan yang masih bersifat lokal dan tradisional. Korea Selatan berupaya tetap mengandalkan hal-hal kesehatan yang bersifat lokal, dalam hal ini adalah obat-

obat dan metode kesehatan yang menjadikan keaslian dan keunikan dari Korea Selatan. Diharapkan melalui hal ini justru dapat menjadi diversifikasi *medical tourism* yang ditawarkan oleh Korea Selatan. *Complementary and Alternative Medicine* (CAM) adalah bentuk pengobatan alternatif yang semakin menjadi perhatian dan memiliki potensi yang besar untuk dapat dikembangkan, yang dapat diperoleh dalam produk *medical tourism* Korea Selatan yang berfokus kepada hal-hal kesehatan yang berhubungan dengan populasi lanjut usia dan penyakit-penyakit kronis yang tidak dapat dilayani melalui pelayanan yang reguler. CAM di Korea Selatan masih banyak diandalkan oleh masyarakat Korea Selatan sendiri. 69% dari masyarakat Korea menggunakan CAM karena memang diakui dapat memberikan hasil yang sangat baik khususnya yang masih bersifat tradisional, walaupun infrastruktur dan metode kesehatan yang tersedia semakin baik. Justru CAM memiliki keunikan dan efektivitas dalam perawatan kulit dan pengurangan berat badan melalui perawatan yang masih tradisional, dan hal tersebut dipandang baik dan akan digunakan Korea Selatan sebagai produk diferensiasi dibandingkan dengan negara-negara tujuan *medical tourism* lainnya.

On-line Platform for Medical Tourism, melihat tantangan yang dihadapi oleh Korea Selatan untuk meningkatkan pelayanan *medical tourism*, informasi yang berbasis *on-line* menjadi jawabannya. KTO menyadari bahwa informasi dapat mengendalikan *medical tourism*. Pertama KTO terus bekerja dalam bentuk dan informasi *on-line* untuk meningkatkan informasi dan teknologi Korea Selatan dalam kegiatan promosinya. Melalui Informasi *on-line* ini, diharapkan antara wisatawan *medical tourism* yang potensial dan penyedia jasa kesehatan di Korea Selatan dapat terhubung dan berkomunikasi dengan lebih mudah dan efisien satu dengan yang lainnya. Demikian pula dengan

bentukan sistem informasi *on-line* antara penyedia jasa kesehatan dan pemerintah untuk mengatasi tingkat persaingan yang ilegal melalui penyediaan informasi yang kredibel dan transparan, serta sebagai dasar yang jelas dan pasti. KTO juga tidak membuat bentuk *on-line* yang bersifat dasar saja seperti hal sebelumnya, namun juga terus merencanakan dan mengembangkan suatu bentuk informasi *on-line* yang mana wisatawan dapat secara mudah melakukan pemesanan dan bertransaksi melalui sistem yang terpadu.

Akibat dari keseluruhan hambatan dan tantangan serta seluruh solusi yang diupayakan oleh KTO untuk mengatasi hambatan dan tantangan tersebut, pembentukan terobosan dan paradigma baru atau *new paradigm* dalam pengembangan *medical tourism* di Korea Selatan. Paradigma baru tersebut tidak hanya berpadan kepada hal-hal yang bersifat fundamental saja, namun diharapkan juga dapat memberikan gambaran dan nilai yang baik dalam hal kesehatan.

Paradigma yang bersifat fundamental tersebut adalah paradigma yang berhubungan dengan pengendalian suatu epidemik (*Medical Korean Wave 1.0*), penanganan suatu pemyakit (*Medical Korean Wave 2.0*), ataupun kesehatan yang bersifat pengelolaan dan pencegahan (*Medical Korean Wave 3.0*).

Gambar 1
Perubahan Paradigma Medical Tourism Korea Selatan



Sumber: *Korean Tourism Organization*

Pembentukan paradigma baru yang lebih berbasis pada nilai akan pentingnya terhadap kesehatan menjadi hal yang lebih penting, atau dapat dikatakan pula dengan paradigma akan nilai-nilai kehidupan yang lebih sehat (*Medical Korean Wave 4.0*). KTO berharap besar bahwa Korea Selatan sebagai destinasi pariwisata *medical tourism* yang dapat meningkatkan kualitas dan efisiensi perawatan medis yang berbasis nilai kepada wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan.

Implikasinya Terhadap Strategi Pengembangan *Medical Tourism* di Indonesia

Memperhatikan upaya Korea Selatan dalam mengembangkan *medical tourism* di negaranya, dapat memberikan perbandingan gambaran dan masukan yang baik bagi perkembangan *medical tourism* di Indonesia. Strategi yang digunakan Korea Selatan dalam mengembangkan *medical tourism* dapat diterapkan juga di Indonesia jika memang ingin mengembangkan *medical tourism*, walaupun mungkin tidak sepenuhnya. Karena melihat karakteristik dari pasar aktual dan pasar potensialnya maupun karakteristik produk yang dapat ditawarkan kepada wisatawan tidak jauh berbeda. Hanya saja diperlukan komitmen dan konsistensi dari seluruh pemangku kepentingan yang ada. Kelima strategi pengembangan *medical tourism* di Korea Selatan akan mudah atau sulit diterapkan di Indonesia, tergantung dari para pemangku kepentingan dalam menyatukan visi dan misinya dalam mengembangkan *medical tourism*. Seluruh peluang dan tantangan yang dihadapi oleh Korea Selatan dalam mengembangkan *medical tourism* juga dapat menjadi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh Indonesia saat ini, bahkan dengan kompleksitas yang dimiliki Indonesia sebagai destinasi pariwisata *medical tourism*, maka peluang dan tantangan yang dimiliki Indonesia pun dapat lebih kompleks pula. Bahkan jika memperhatikan

seluruh kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Korea Selatan, tentu akan berbeda dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Indonesia.

Berdasarkan lima strategi Korea Selatan yang diterapkan dalam pengembangan *medical tourism* di negara tersebut, paling tidak ada beberapa hal yang menjadi perhatian bagi Indonesia dalam membuat strategi pengembangan *medical tourism*, yaitu:

- a. Pelayanan dan fasilitas yang baik, jika fasilitas kesehatan masih dianggap relatif mahal, maka paling tidak penerapan pelayanan yang prima menjadi keharusan dalam memberikan pelayanan kepada pasien.** Tidak hanya kepada pasien yang berasal dari mancanegara yang datang ke rumah sakit yang ada di Indonesia, namun juga kepada pasien domestik atau pasien lokal lebih diperhatikan. Karena dari hasil kualitas pelayanan itulah yang memberikan jaminan kepada siapa saja yang hendak mencari pelayanan kesehatan. Pelayanan yang baik juga biasanya ditunjang dengan fasilitas yang baik. Kemuktahiran fasilitas kesehatan serta sumber daya manusia yang menggunakannya menjadi perhatian yang penting.
- b. Lokasi destinasi pariwisata, Indonesia sejak jaman dahulu telah diakui memiliki lokasi yang sangat strategis dalam kegiatan bisnis dunia.** Jika Indonesia bisa melihat ini sebagai peluang dalam mengembangkan *medical tourism* sebagai destinasi pariwisata, maka letak geografis Indonesia dapat dimanfaatkan dalam kegiatan pemasaran pariwisata.
- c. Dukungan pemerintah, komitmen pemerintah sebagai fasilitator dan pembuat kebijakan diharapkan sejalan dengan perkembangan *medical tourism* yang ada di Indonesia.** Dukungan pemerintah yang diberikan dapat menjadi

motivasi dan jalan terbuka bagi investor maupun masyarakat untuk mengembangkan datau paling tidak menjadikan *medical tourism* sebagai peluang bisnis dalam kegiatan usaha mereka. Kepastian dan jaminan dukungan sari pemerintah juga dapat merangsang pengembangan *medical tourism* dari segi kualitas dan kuantitas sehingga menciptakan persaingan yang sehat.

- d. Pembentukan pola pikir, dari seluruh pemangku kepentingan di bidang pariwisata hendaknya memiliki pola pikir yang sama, dengan tujuan yang sama pula untuk mengembangkan *medical tourism* sebagai salah satu produk wisata yang dapat dikemas dan ditawarkan kepada para wisatawan mancanegara. Kesehatan para pemangku kepentingan disini akan dapat menjadi satalh satu kekuatan dalam melakukan program-program pemasaran yang lebih terintegrasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan peneltian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan *medical tourism* yang telah dilakukan Korea Selatan adalah dengan lebih banyak memanfaatkan segala potensi dan kekuatan telah yang dimiliki oleh Korea Selatan. Pemanfaat segala potensi dan kekuatan tersebut meliputi 1) memanfaatkan pelayanan yang prima melalui *Excellence in medical care & service* didukung dengan fasilitas yang mutakhir, 2) memanfaatkan kondisi geografis Korea Selatan yang *Easy Accessibility* dengan pasar wisatawan yang ada, 3) memanfaatkan komitmen dari *strong support from government* untuk memberikan jaminan berusaha, 4) memanfaatkan “*Hallyu*” (*Korean Wave*) sebagai suatu budaya yang menarik untuk merangsang minat dan motivasi datangnya wisatawan yang hendak berkunjung ke Korea Selatan, dan 5) memanfaatkan perkembangan

paradigma masyarakat terhadap kesehatan dengan nilai-nilai kehidupan melalui *New Paradigm: Medical Korean Wave 4.0*. Diharapkan dengan memperhatikan apa yang telah Korea Selatan lakukan untuk mengembangkan *medical tourism* di negaranya, Indonesia dapat melakukan perbandingan dan mendapatkan masukan terhadap potensi *medical tourism* yang dapat dikembangkan juga seperti di Korea Selatan, tentunya disesuaikan dengan karakteristik pasar dan karakteristik produk yang dimilikinya. Adapun saran sebagai berikut:

- a. Peran aktif dari pemerintah sebagai fasilitator dalam pengembangan pariwisata sangat diharapkan untuk mengembangkan *medical tourism* di Indonesia.
- b. Dukungan peran dari pemangku kepentingan pariwisata dan sektor lain yang terlibat juga diharapkan terlibat untuk mendukung pengembangan *medical tourism* di Indonesia.
- b. *Medical tourism* di Indonesia dapat dikembangkan dengan memperhatikan segala potensi yang dimiliki, termasuk yang sifatnya konvensional atau tradisional. Penggalan potensi dengan memperhentikan keunikan dan nilai yang ditawarkan dari setiap metode kesehatan yang ada di setiap daerah di Indonesia.
- e. Industri terkait juga memiliki peran besar dalam mengembangkan *medical tourism*, untuk itu industri kesehatan dan teknologi yang terkini sangat memiliki peran yang penting pula.
- f. Setiap destinasi pariwisata di Indonesia, dengan karakter dan keunikan yang berbeda-beda dapat mengembangkan *medical tourism*-nya sesuai nilai dan keunikannya tersebut. Hal ini akan memperkaya produk *medical tourism* di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2014. Pusat Kebijakan dan Manajemen Kesehatan Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada. <http://manajemen.rumahsakit.net/2012/09/mengapa-indonesia-belum-bisa-menjadi-tujuan-medical-tourism/>
- Burkart, AJ. & Medlik, S. 1981. *Tourism Pars, Present, and Future* (2nd ed). London: Heinemann.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, a., Gilbert, D., Wanhill, S. 2005. *Tourism Principles and Practice*, Third Edition. Harlow: Pearson Education Limited.
- Finn, Emanuel, 2002, *Health Tourism*, Volume No 1 Issue No 23, Friday, June 28, 2002
- Gunn, A.C. 1993. *Tourism Planning (Basic, Concepts, Cases)*. Philadelphia: Taylor & Francis
- Health Tourism. 2010. Retrive from <http://www.discovermedicaltourism.com/health-tourism/>
- Hadinoto, Kusudianto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta; Penerbit Universitas Indonesia.
- Jung, Kyu-Won dkk. 2013. *Cancer Research and Treatment : Official Journal of Korean Cancer Association* 2013; 45(1): 1-14.
- Liem. 2010. *Destination Readers' Choice Awards Again Highlight Asia's Best*. (online). (www.destinasian.com)
- Madiun, I Nyoman. 2009. *Partisipasi Masyarakat Lokal Dalam Pengembangan Kawasan Pariwisata Nusa Dua (Perspektif Kajian Budaya)*, Disertasi, Program Studi Doktor Kajian Budaya, Universitas Udayana.
- Mc Intoch, Robert. W. 1972. *Tourism Principles, Practices and Philosophies*. Ohio: Grid Inc.
- Mill, R.C., 1990. *Tourism: The International Business*. Prentice Hall, New Jersey.
- Oka A. Yoeti, 1996, *Anatomi Pariwisata*, Bandung: PT Angkasa
- Oka A. Yoeti, 1987. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: PT Angkasa
- Pendit, Nyoman S, 1999. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta. PT. Pradnya Paramita.
- Pendit, Nyoman S., 2002, *Ilmu Pariwisata*, Jakarta: Pt. Pradnya Paramita
- Pitana, I Gde, dan Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Jogyakarta: Penerbit Andi
- Rogayah, Iim D. 2007. *Pariwisata Kesehatan di Jawa Barat*, Retrieved on 02 November 2009 from <http://irdanasputra.blogspot.com/2009/11/pariwisata-kesehatan.html>
- Spillane, James J. 1987. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Soekadijo, R.G. 2002. *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata Sebagai "Systemic Linkage")*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Sugiarto, Endar dan Kusmayadi. 2000. *Metode Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- United Nation World Tourism Organizaton (UNWTO). 2013. *Tourism Highlights, edisi 2013*. https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/4922/C788/D106/3080/CEEC/C0A8/0164/52FB/081118_tmt_world_2013_engl_excerpt.pdf
- Utama. I Gusti Bagus Rai. 2011. *Health and Wellness Tourism Jenis dan Potensi Pengembangannya di Bali*. <http://tourismbali.wordpress.com/2011/03/08/health-and-wellness-tourism-jenis-dan-potensi-pengembangannya-di-bali/>
- Salah Wahab, L.J Crampon, dan LM Rothfield. 2005. *Tourism Marketing*. <http://www.pdfdatabase.com/search/marketingmix>
- http://www.asianplasticsurgeryguide.com/news10-2/081003_south-korea-highest.html#data
- <http://www.scmp.com/lifestyle/health/article/1574197/treatments-fly-asia-top-destination-medical-tourism>
- <http://www.natureasia.com/en/publishing-index/>