

## INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi pertimbangan pasien Indonesia melakukan *medical tourism* ke luar negeri, memahami pengalaman perjalanan pasien Indonesia selama melakukan *medical tourism* ke luar negeri, dan untuk merekomendasikan solusi perbaikan pengembangan *medical tourism* di Indonesia. Desain penelitian yang digunakan adalah kualitatif eksploratif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis tematik. Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui wawancara semi terstruktur dengan 15 informan yang dipilih berdasarkan prosedur *purposive sampling*. Informan penelitian terdiri dari informan pasien, informan keluarga pasien, dan informan dokter spesialis. Uji kesahihan data penelitian ini menggunakan triangulasi berdasarkan sumber data.

Hasil penelitian menunjukkan adanya motivasi internal dan motivasi eksternal yang membuat pasien Indonesia melakukan *medical tourism* ke luar negeri. Kemudian, nilai yang dirasakan oleh informan pada pengalaman perjalanan medis mereka ditemukan lima dimensi kualitas layanan, sedangkan pada pengalaman perjalanan wisata informan hanya ditemukan dua dimensi saja. Selain itu, ditemukan manfaat emosional berupa perasaan positif dan perasaan negatif pada pengalaman perjalanan medis informan dan ditemukan manfaat emosional berupa perasaan positif saja pada pengalaman perjalanan wisata informan. Pada pengalaman perjalanan medis informan ditemukan manfaat sosial yang dirasakan oleh informan, sedangkan pada pengalaman perjalanan wisata informan tidak ditemukan. Setelah memahami motivasi, pengalaman perjalanan pasien, dan nilai yang dirasakan oleh pasien, diperoleh solusi-solusi perbaikan yang disampaikan oleh para informan untuk mengembangkan *medical tourism* di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang baru mengenai pengalaman perjalanan pasien Indonesia melakukan *medical tourism* ke luar negeri.

**Kata kunci:** *Medical tourism*, perjalanan pelanggan, motivasi, nilai yang dirasakan, kualitas layanan

## ABSTRACT

This research was conducted to identify the factors that Indonesian patients consider when undertaking medical tourism abroad, to understand patients' journey experiences while undertaking medical tourism abroad, and to recommend solutions to improve the development of medical tourism in Indonesia. The research design used was exploratory qualitative using a phenomenological approach. The data analysis method used is the thematic analysis method. Research data was collected through semi-structured interviews with 15 informants selected based on purposive sampling procedures. Research informants consisted of patient informants, patient family informants, and doctor informants. This data research's trustworthiness test uses triangulation based on data sources.

The results of the research data analysis show that there are internal and external motivations that make Indonesian patients undertake medical tourism abroad. Then, the value perceived by the informants in their medical journey experience found five dimensions of service quality, whereas in the informants' tourism journey experience only found two dimensions of service quality. In addition, emotional benefits were found in the form of positive feelings and negative feelings in the informant's medical journey experience and emotional benefits were found in the form of only positive feelings in the informant's journey experience. In the informant's medical journey experience, the social benefits perceived by the informant were found, whereas in the informant's tourism journey experience was not found. After understanding the patient's motivation, the patient's journey experience, and the value perceived by the patient, improvement solutions were provided by the informants to develop medical tourism in Indonesia. It is hoped that the results of this research will provide new knowledge and new insight regarding the journey experiences of Indonesian patients undertaking medical tourism abroad.

**Keywords:** Medical tourism, customer journey, motivation, perceived value, service quality