



Motivasi *Dental Tourist* Melakukan Perawatan Gigi di Bali

Samantha^{1*}, Desak Nyoman Ari Susanti¹, Putu Lestari Sudirman¹

ABSTRACT

Introduction: Bali is a tourism destination which is famous for its natural beauty and diverse cultures but beside that Bali is also a famous dental tourism destination. *Dental tourism* is a travel activity where foreign traveller at least stay 1 night on destination area to keep, enhance and restore health by through dental health intervention. Some reasons why people do dental tourism are due to the lack service on their home countries, maintenance costs related to service quality, cultural aspect, conversation between doctor and patient, and regional integration. Foreigner who do dental tourism called dental tourist. There are intrinsic and extrinsic factors that become individual motivation to do dental tourist. Extrinsic motivation itself has a role in determining destination. This research purpose is to know about dental

tourist motivation to do dental treatment in Bali from 5 dimensions, which are information access, quality of service, cost savings, cultural similarity, and supporting services.

Method: Design of this study is descriptive quantitative cross-sectional with probability sampling technique. Primary data was collected with questionnaire. Those five dimensions are assessed with Likert scale and later data analyses done with descriptive method.

Result: Information access (4.22), quality of service (4.46), cost savings (3.39), cultural similarity (2.73) and supporting services (3.58).

Conclusion: Quality of service, information access, and supporting services become dental tourist motivation to do dental treatment in Bali.

Keywords: motivation, dental tourism, dental tourist.

Cite This Article: Samantha., Susanti, D.N.A., Sudirman, P.L. 2022. Motivasi *Dental Tourist* Melakukan Perawatan Gigi di Bali. *Bali Dental Journal* 6(1): 24-31. DOI: [10.37466/bdj.v6i1.170](https://doi.org/10.37466/bdj.v6i1.170)

ABSTRAK

Latar Belakang: Bali merupakan destinasi wisata yang terkenal akan keindahan alam dan beragam budaya namun disamping itu Bali juga terkenal sebagai destinasi *dental tourism*. *Dental tourism* merupakan aktivitas melakukan perjalanan dan menginap minimal 1 malam pada daerah destinasi yang dilakukan wisatawan dengan tujuan untuk menjaga, meningkatkan, dan mengembalikan kesehatan melalui intervensi perawatan kesehatan gigi. Beberapa alasan mengapa seseorang melakukan *dental tourism* dikarenakan minimnya pelayanan di negara asal, biaya perawatan terkait kualitas pelayanan, aspek budaya, seperti komunikasi antar sama antara dokter-pasien, serta *regional integration*. Seseorang yang melakukan *dental tourism* disebut sebagai *dental tourist*. Motivasi intrinsik dan ekstrinsik menjadi dorongan bagi individu untuk melakukan *dental tourism*. Motivasi ekstrinsik sendiri memiliki peran dalam menentukan destinasi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motivasi *dental tourist* melakukan perawatan

gigi di Bali dilihat dari 5 dimensi, yaitu akses informasi, kualitas pelayanan, penghematan biaya, kemiripan budaya, dan pelayanan penunjang.

Metode: Desain penelitian ini ialah deskriptif kuantitatif *cross-sectional* dengan teknik pengambilan sampel berupa *probability sampling*. Motivasi ekstrinsik yang akan diteliti terbagi menjadi 5 dimensi yaitu akses informasi, kualitas pelayanan, penghematan biaya, kemiripan budaya, dan pelayanan penunjang, dinilai menggunakan skala Likert. Data primer didapatkan menggunakan kuesioner dan kemudian analisis data dilakukan secara deskriptif.

Hasil: Akses informasi (4.22), kualitas pelayanan (4.46), penghematan biaya (3.39), kemiripan budaya (2.73), dan pelayanan penunjang (3.58).

Simpulan: Kualitas pelayanan, akses informasi, dan pelayanan penunjang menjadi motivasi *dental tourist* melakukan perawatan gigi di Bali.

Kata Kunci : motivasi, *dental tourism*, *dental tourist*.

Sitasi Artikel ini: Samantha., Susanti, D.N.A., Sudirman, P.L. 2022. Motivasi *Dental Tourist* Melakukan Perawatan Gigi di Bali. *Bali Dental Journal* 6(1): 24-31. DOI: [10.37466/bdj.v6i1.170](https://doi.org/10.37466/bdj.v6i1.170)

¹Program Studi Sarjana Kedokteran Gigi dan Profesi Dokter Gigi Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana;

*Korespondensi:
Samantha;
Program Studi Sarjana Kedokteran Gigi dan Profesi Dokter Gigi Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana;
samsamantha97@gmail.com

Diterima : 25 November 2021
Disetujui : 27 Januari 2022
Diterbitkan : 7 Februari 2022



PENDAHULUAN

Bali terkenal sebagai destinasi wisata yang sangat menarik, baik bagi wisatawan lokal maupun asing. Keindahan alam dan kekayaan budaya Bali menjadi salah satu UNESCO *World Heritage*, serta salah satu destinasi liburan yang membutuhkan biaya relatif murah untuk menikmati segala keindahannya.¹ Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, pada tahun 2017 bulan Januari hingga Juli tercatat sebanyak 3,4 juta wisatawan asing berkunjung ke Bali. Angka ini menunjukkan kenaikan sebanyak 23,5% dibandingkan dengan periode yang sama, tahun lalu. Pelayanan kesehatan di Bali juga menjadi salah satu penawaran baik untuk wisatawan asing, salah satunya pelayanan kesehatan gigi dan mulut.²

Perkembangan zaman menuntut adanya inovasi-inovasi. Salah satunya yaitu mengkombinasikan pariwisata dengan pelayanan kesehatan, yang disebut dengan *medical tourism*. *Medical tourism* ialah pasien yang melakukan perjalanan internasional untuk mendapatkan satu atau beberapa perawatan medis.³ Salah satu cabang dari *medical tourism* ialah *dental tourism*. Menurut *Australian Dental Association*, *dental tourism* ialah dimana pasien melakukan perjalanan ke luar negeri untuk mendapatkan perawatan gigi. Di era globalisasi ini, *dental tourism* berkembang, baik di negara maju maupun negara berkembang.⁴

Dental tourism di Bali memiliki potensi yang besar untuk bersaing dan menggeser Thailand yang juga menawarkan hal serupa. Tidak sedikit *dental clinic* di Bali yang sudah menjalankan *dental tourism*. Klinik-klinik tersebut bisa ditemukan di daerah Denpasar, Kuta, Nusa Dua, dan lain-lain. *Dental tourist* tentunya memiliki motivasi-motivasi tersendiri dalam memilih Bali sebagai tujuan mereka untuk berlibur dan melakukan perawatan gigi.

Gambaran akses informasi, kualitas pelayanan, dan pelayanan penunjang, bisa menjadi salah satu motivasi *dental tourist* melakukan perawatan gigi, didukung dengan terkenalnya Bali sebagai destinasi liburan yang eksotis dan menarik. Hingga saat ini belum pernah diteliti tentang pola motivasi dari wisatawan mancanegara tentang *dental tourism* di Bali. Maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui motivasi *dental tourist* melakukan perawatan gigi di Bali.

METODE

Desain dan Subjek Penelitian

Desain penelitian ini ialah deskriptif kuantitatif *cross-sectional* dengan teknik pengambilan sampel berupa *time sequential sampling* yang mana termasuk dalam *probability sampling*. Berdasarkan teknik sampling tersebut, dibutuhkan minimal 97 responden.

Metode Pengambilan Data dan Analisis

Pengambilan data dilakukan di Bali 911 Dental Clinic dan Bali International Dental Center. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 2 bulan yaitu Desember 2018-Januari

2019 sehingga dibutuhkan minimal 20 hari kerja untuk mendapatkan 97 responden. Motivasi ekstrinsik yang akan diteliti terbagi menjadi 5 dimensi yaitu akses informasi, kualitas pelayanan, penghematan biaya, kemiripan budaya, dan pelayanan penunjang, yang mana semua dimensi dinilai menggunakan skala Likert. Data primer didapatkan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden dan kemudian analisis data dilakukan secara deskriptif.

HASIL

Data diatas merupakan gambaran profil dental tourist yang menjadi responden penelitian. Sebanyak 107 responden terdiri dari 47 (43.9%) pria dan 60 (56.1%) wanita. Sebanyak 34 dari 107 responden berusia lebih dari 59 tahun. Beberapa responden masih aktif bekerja, salah satunya sebagai wirausaha (20.6%), guru/instruktur/profesor (11.2%), dan beberapa lainnya menyatakan bahwa sudah pensiun (17.8%). Responden terbanyak berasal dari Australia/Selandia Baru yaitu 62.6% kemudian diikuti Eropa (Perancis, Italia, Inggris, Swiss, dan lain-lain) sebanyak 26.2%, Amerika sebanyak 5.6%, serta lainnya (Asia Tenggara, Kanada, Meksiko) sebanyak 5.6%. Sebanyak 32 (29.9%) responden menyatakan bahwa mereka melakukan perjalanan bersama suami/istri mereka, 30 (28%) responden lainnya bersama keluarga/saudara, dan 26 responden melakukan perjalanan sendiri.

Tujuan utama responden berkunjung ke Bali ialah berlibur (67.3%) atau perawatan gigi (62.3%) dan beberapa responden lainnya memiliki tujuan utama berlibur dan melakukan perawatan gigi di Bali.

Sebanyak 30 (27.8%) responden mendapatkan perawatan *simple filling*, 25 (23.1%) mendapatkan perawatan *crown/bridge/veneer*, serta 24 (22.2%) mendapatkan perawatan *scaling*, 24 (22.2%) mendapatkan perawatan implant.

Sumber informasi responden umumnya berasal dari teman/keluarga/saudara yang pernah berkunjung ke Bali, berasal dari teman/keluarga/saudara yang tinggal di Bali, berasal dari internet, serta salah satu diantara mereka telah datang ke Bali berulang kali selama bertahun-tahun menyebutkan mendapatkan informasi dari wisatawan yang pernah berkunjung ke Bali serta beberapa media di negara asal mereka.

Data motivasi *dental tourist* memilih Bali sebagai destinasi untuk melakukan perawatan gigi terbagi menjadi 5 dimensi, yaitu akses informasi, kualitas pelayanan, penghematan biaya, kemiripan budaya, dan pelayanan penunjang. Setiap aspek dari kelima dimensi dinilai menggunakan skala Likert. Skala Likert menggunakan perhitungan nilai 1 hingga 5, dimana 1 = Tidak penting, 2 = Tidak terlalu penting, 3 = Agak penting, 4 = Penting, 5 = Sangat penting)

Dimensi akses informasi memiliki nilai 4.22 dengan aspek rekomendasi dari keluarga/saudara/teman menjadi aspek dengan nilai tertinggi, yaitu 4.43. Dimensi kualitas pelayanan memiliki nilai 4.46. Aspek dokter gigi serta tim

**Tabel 1. Profil Dental Tourist.**

Profil	Jumlah	Proporsi (%)
Jenis Kelamin		
Pria	47	43.9
Wanita	60	56.1
Usia		
18-30 tahun	22	20.6
31-45 tahun	22	20.6
46-59 tahun	29	27.1
Diatas 59 tahun	34	31.7
Pekerjaan		
Pegawai Pemerintah/Militer	5	4.7
Guru/Instruktur/Profesor	12	11.2
Profil Pekerjaan		
Eksekutif/Manager	10	9.3
Juru Tulis/Administratif/Sekretaris	3	2.8
Ahli/Teknisi	10	9.3
Produksi/Industri	4	3.7
Wirausaha	22	20.6
Pensiun	19	17.8
Lain-lain	22	20.6
Kewarganegaraan		
Asia Tenggara	1	0.9
Asia (kecuali Asia Tenggara)	0	0
Eropa	28	26.2
Australia / Selandia Baru	67	62.6
Amerika	6	5.6
Lain-lain	5	4.7
Teman Perjalanan		
Sendiri	26	24.3
Suami/Istri	32	29.9
Anak	4	3.7
Keluarga/Saudara	30	28
Teman	13	12.2
Teman Bisnis	1	0.9
Kelompok tertentu	0	0
Lain-lain	1	0.9

yang terqualifikasi dan berkompeten mendapatkan nilai 4.75 dan kualitas atau standar pelayanan yang baik mendapatkan nilai 4.68. Dimensi penghematan biaya memiliki nilai 3.49, dimana aspek biaya terjangkau memiliki nilai 4.38. Dimensi kemiripan budaya memiliki nilai 2.73, dimana aspek komunikasi dengan bahasa yang responden ketahui memiliki nilai 4.13 serta aspek tidak jauh dari negara asal memiliki

nilai 3.35. Dimensi pelayanan penunjang mendapatkan nilai 3.58, dimana aspek layanan tambahan yang bagus yang disediakan oleh pihak klinik memiliki nilai 4.64.

PEMBAHASAN

Profil Dental Tourist

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Bali 911 Dental Clinic dan Bali International Dental Center selama bulan Desember 2018 hingga Januari 2019 didapatkan sebanyak 107 responden dengan hasil yang beragam. Responden didominasi oleh wanita (56.1%) dimana usia responden pun beragam mulai dari 18 hingga lebih dari 59 tahun dan responden didominasi oleh mereka yang berusia lebih dari 59 tahun (31.7%). Kebutuhan akan *dental tourism* dipengaruhi oleh bertambahnya pendapatan penduduk di negara maju, perubahan demografi didukung oleh bertambahnya usia populasi yang mana menyebabkan perubahan kebutuhan akan perawatan penyakit.⁵

Sebagian besar responden merupakan wirausaha (20.6%) dan beberapa responden menyatakan sudah pensiun (17.8%). Beberapa faktor menjadi alasan dalam membuat keputusan untuk mendapatkan perawatan gigi di Bali meski jarak tempuh yang sangat jauh, salah satunya ialah letak geografis. Sebanyak 68 responden berkewarganegaraan Australia/Selandia Baru, hal ini didukung dengan dekatnya letak geografis Bali dengan Australia dan Selandia Baru. Selain itu, terdapat beberapa responden yang berasal dari negara maju seperti Amerika Serikat, Inggris, Swiss, dan Kanada. Letak geografis yang sangat jauh dari Bali tidak menjadi suatu hambatan untuk melakukan *dental tourism*. Mengingat Indonesia menjadi salah satu negara berkembang dan memiliki perbedaan harga signifikan dari negara maju.

Perjalanan atau wisata memiliki beberapa jenis yang salah satunya digolongkan berdasarkan jumlah orang yang melakukan perjalanan, seperti *individual tourism*, *family group tourism*, dan *group tourism*.⁶ Sebagian besar responden (85.9%) pada penelitian melakukan *individual tourism*. Perjalanan yang dapat digolongkan sebagai *individual tourism* ialah perjalanan seorang diri (solo traveler), perjalanan bersama suami/istri saja/ perjalanan bersama keluarga. Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Jaapar dkk pada tahun 2017 di Malaysia, dimana 66.8% responden melakukan perjalanan bersama keluarga atau saudara, termasuk suami/istri.⁷

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden, tujuan utama mereka berkunjung ke Bali ialah berlibur (67.3%), mendapatkan perawatan gigi (62.3%), dan lain-lain. Dari hasil ini dapat dikatakan bahwa seluruh responden termasuk dalam kriteria wisatawan atau *tourist*, terkhususnya *dental tourist*. Perawatan gigi yang dilakukan responden beragam jenisnya dan beberapa responden melakukan beberapa jenis perawatan dalam 1 (satu) kali kunjungan ke Bali. Perawatan *simple filling* merupakan perawatan yang paling banyak dilakukan yaitu 30 responden kemudian diikuti dengan baik pemasangan maupun

**Tabel 2. Tujuan Utama Dental Tourist Melakukan Perjalanan ke Bali.**

Tujuan Utama	Jumlah	Proporsi (%)
Liburan	72	67.3
Bisnis/Pekerjaan	6	5.6
Perawatan gigi	67	62.3
Mengunjungi teman/keluarga/saudara	11	10.3
Rapat/Pameran	0	0
Lain-lain	6	5.6

Tabel 3. Jenis Perawatan Dental Tourist.

Jenis Perawatan	Jumlah	Proporsi (%)
Konsultasi	20	18.5
Scaling	24	22.2
Simple filling	30	27.8
Crown/Bridge/Veneer	25	23.1
Perawatan Saluran Akar	19	17.6
Orthodonti	4	3.7
Bedah Mulut	2	1.9
Implan	24	22.2
Prosthodonti (Gigi tiruan)	7	6.5
Lain-lain	8	7.4

Tabel 4. Sumber Informasi Dental Tourist.

Sumber Informasi	Jumlah	Proporsi (%)
Internet	33	30.6
Teman/keluarga/saudara yang pernah berkunjung ke Bali	49	45.8
Teman/keluarga/saudara yang tinggal di Bali	36	33.3
Health facilitator	0	0
Agen perjalanan	1	0.9
Disarankan oleh ahli	3	2.8
Majalah perjalanan	0	0
Buku panduan perjalanan	1	0.9
Lain-lain	5	4.6

perawatan *crown/bridge/veneer* sebanyak 25 responden, *scaling* sebanyak 24 responden, dan implan sebanyak 24 responden.

Setiap negara yang menjalankan *dental tourism* memiliki dokter gigi dan tim yang ahli di perawatan tertentu, yang mana menjadi perawatan yang paling sering dilakukan oleh *dental tourist* yang berkunjung ke negara tersebut. Perawatan yang sering dilakukan oleh *dental tourist* di Malaysia ialah *scaling* dan *polishing* kemudian diikuti oleh *simple filling*.⁷ Rumania merupakan salah satu destinasi dental tourism di Eropa karena memberikan biaya terjangkau dan perawatan/pemasangan implan serta pemasangan crown berbahan zirkonium menjadi perawatan yang paling

diminati.⁸ Jerman juga menjadi salah satu destinasi *dental tourism*, dimana check-up dan *scaling* menjadi perawatan yang paling diminati oleh *dental tourist*.⁹ Beda halnya dengan India, perawatan implan merupakan perawatan yang paling diminati oleh *dental tourist* dikarenakan biaya yang sangat murah.¹⁰

Pemasangan atau perawatan *crown/bridge/veneer* menjadi jenis perawatan terbanyak ke-2 yang dilakukan oleh responden. Perawatan gigi berupa *crown/bridge/veneer* memiliki salah satu fungsi yaitu mengembalikan estetika dan menjadi perawatan yang sangat diminati oleh semua kalangan. Pemasangan *crown/bridge/veneer* tergolong perawatan yang mahal, hal ini menjadi salah satu alasan seseorang melakukan dental tourism yaitu mengembalikan estetika serta mengeluarkan biaya yang cukup murah serta asuransi tidak menanggung semua jenis perawatan gigi, hanya tertentu saja. Pasien yang melakukan perawatan gigi khususnya estetik umumnya merasa bahwa senyum mereka biasa saja atau kurang baik sehingga mereka merasa perlu untuk memperbaiki senyumnya.^{11,12,13}

Pada penelitian ini sebanyak 24 responden melakukan pemasangan atau perawatan implan. Selama beberapa dekade terakhir implan telah digunakan sebagai pengganti satu atau beberapa gigi. Keuntungan memilih implan ialah tidak perlu dilepas saat malam hari, direndam serta dibersihkan seperti halnya gigi tiruan lepasan.¹⁴ Keuntungan inilah yang menjadi daya tarik. Biaya pemasangan yang tidak murah menjadikan seseorang memilih untuk melakukan perawatan di negara yang menjalankan *dental tourism* dikarenakan biaya yang ditawarkan lebih murah tetapi dengan kualitas yang tidak kalah dengan destinasi negara asalnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bali sebagai salah satu destinasi *dental tourism* yang mampu bersaing dengan negara-negara lainnya. Beberapa aspek seperti dokter gigi dan tim yang berkompeten, alat dan bahan yang berkualitas, serta pelayanan menjadi faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu perawatan gigi. Mengingat Bali sebagai destinasi wisata yang saat ini sedang berkembang di bidang *dental tourism*, dokter gigi di Bali dituntut untuk selalu memperbarui ilmu dan meningkatkan keterampilan mereka. Mengikuti seminar baik seminar nasional maupun internasional, hands-on, kursus, bertukar ilmu dengan sejawat, dan lain-lain merupakan beberapa cara yang dapat dilakukan oleh dokter gigi untuk menambah ilmu dan mengasah keterampilan mereka.

Sumber informasi responden mengenai perawatan gigi di Bali sebagian besar berasal teman/keluarga/saudara baik yang pernah berkunjung ke Bali (45.8%) maupun yang tinggal di Bali (33.3%) dan internet (30.6%). *Word of Mouth* (WOM) merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif terutama yang berasal dari teman/keluarga/saudara.^{15,16} WOM dapat memberi dampak bagi seorang dalam membuat keputusan khususnya pilihan perawatan kesehatan. Internet menjadi salah satu sumber informasi penting serta akses untuk berkomunikasi, yang mana termasuk salah satu bentuk WOM.¹⁷ Kemudahan dalam

**Tabel 5. Motivasi Dental Tourist.**

Akses Informasi	Rata-rata
Rekomendasi dari keluarga/saudara/teman	4.43
Kemudahan dalam berkomunikasi dengan klinik melalui internet/telepon	4.15
Ketersediaan informasi di klinik mengenai perawatan gigi	4.25
Ulasan baik di internet/majalah/lainnya	4.03
Rata-rata	4.22
Kualitas Pelayanan	Rata-rata
Kualitas/standar pelayanan yang baik	4.68
Menggunakan teknologi canggih	4.56
Klinik memiliki sertifikasi/akreditasi	4.55
Dokter gigi dan tim yang terqualifikasi dan berkompeten	4.75
Ketersediaan beberapa spesialis dalam satu klinik	4.19
Perawatan khusus	4.35
Kemudahan membayar menggunakan asuransi/kartu debit/kredit	4.11
Rata-rata	4.46
Penghematan Biaya	Rata-rata
Klinik mudah dijangkau	4.26
Biaya terjangkau	4.38
Kombinasi paket liburan/perjalanan	2.76
Memiliki kesempatan untuk mengunjungi tempat wisata lainnya	2.78
Kualitas akomodasi sesuai dengan harga yang ditawarkan	3.29
Rata-rata	3.49
Kemiripan Budaya	Rata-rata
Tidak jauh dari negara asal	3.35
Keluarga/saudara tinggal di Bali	2.7
Makanan halal mudah ditemukan	1.67
Ketersediaan tempat beribadah	1.8
Komunikasi dengan bahasa yang saya ketahui	4.13
Rata-rata	2.73
Pelayanan Penunjang	Rata-rata
Layanan tambahan yang bagus disediakan oleh pihak klinik	4.64
Pilihan akomodasi yang beragam	3.19
Layanan transportasi yang sangat baik	3.48
Ketersediaan penerjemah bahasa	3
Rata-rata	3.58

menggunakan internet membuat siapapun bisa mengakses segala informasi dan ulasan baik melalui blog, forum, media sosial, dan lain-lain. (Tabel 5)

Motivasi Dental Tourist

Dimensi akses informasi memiliki 4 aspek dengan nilai rata-rata 4.22. Penelitian ini mendapatkan hasil yang serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Jaapar dkk di Malaysia yaitu dimensi akses informasi merupakan dimensi dengan nilai tertinggi kedua setelah dimensi kualitas pelayanan. Aspek "rekomendasi dari teman/keluarga" memiliki nilai paling tinggi yaitu 4.43.⁷ *Word-of-mouth* atau disebut sebagai buah bibir memiliki peran yang sangat penting dan berpengaruh dalam menentukan pilihan.¹⁸

Word of Mouth (WOM) adalah teknik pemasaran yang dilakukan oleh individu baik dalam bentuk lisan, tertulis, atau

komunikasi elektronik (e-WOM) yang berhubungan dengan pengalaman membeli atau menggunakan produk dan jasa. Pertukaran informasi tersebut dapat berupa rekomendasi dan ulasan yang diberikan dalam sebuah *sharing review* platform yang nantinya akan mampu mempengaruhi minat beli calon konsumen.^{19,20,21} Motivasi dan tingkat kepuasan memiliki kaitan yang erat dengan WOM yang terwujud dalam bentuk ulasan, rekomendasi, kritik, atau saran.

Rekomendasi dari keluarga atau teman dan penilaian dari pasien terdahulu di suatu website rumah sakit atau klinik dapat membantu dalam menentukan pilihan seseorang.²² Keluarga menjadi sumber dukungan sosial yang paling penting.²³ Dukungan sosial tersebut dapat berupa informasi atau nasehat, bantuan nyata, atau tindakan.²³ Dukungan yang bersifat informasi ini dapat berupa saran, pengarahan dan umpan balik.²⁴ Informasi yang berasal dari individu



yang memberikan manfaat dan dampak emosional seperti keluarga/saudara/teman akan menjadi informasi yang sangat penting apabila pemberi informasi memiliki makna bagi calon penerima informasi.

Dimensi kualitas pelayanan menjadi dimensi dengan nilai tertinggi, yaitu 4.46. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Gill dan Singh yang menyatakan bahwa 3 faktor utama yang dipertimbangkan sebelum membuat keputusan melakukan kegiatan *dental tourism* ialah tenaga yang kompeten, kualitas pelayanan medis yang baik, dan perawatan dapat dilakukan sesegera mungkin.²⁵ Dimensi ini memiliki 7 aspek dimana aspek dokter gigi dan tim yang terqualifikasi dan berkompoten memiliki nilai tertinggi, yaitu 4.75.

Kualitas pelayanan medis dan biaya termasuk dalam alasan utama *medical/dental tourist* mencari perawatan di luar negara asalnya.²⁶ Salah satu aspek yang mempengaruhi standar pelayanan gigi suatu klinik atau rumah sakit ialah dokter gigi dan tim yang terqualifikasi dan berkompoten serta memiliki lisensi dan terakreditasi. Dokter yang sangat terqualifikasi menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan *medical/dental tourist*.^{18,27}

Ketika seseorang merasa puas akan pelayanan yang ia dapatkan, kepuasan tersebut akan tersalurkan dengan WOM atau e-WOM, baik dalam bentuk ulasan ataupun rekomendasi. Rekomendasi dan ulasan akan memberikan pengaruh terhadap motivasi seseorang dalam membuat keputusan.¹⁹ Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan perawatan gigi dipengerahui oleh dokter dan tim yang terqualifikasi dan berkompoten.

Dimensi penghematan biaya memiliki 5 aspek dengan nilai rata-rata 3.49 dimana aspek biaya yang terjangkau memiliki nilai tertinggi yaitu 4.38. Penghematan biaya atau *cost-savings* merupakan dimensi motivasi yang memiliki peranan penting dan menjadi kunci *dental tourism*, hal ini dikarenakan biaya menjadi salah satu poin pertimbangan dalam membuat keputusan. Penghematan biaya bukan hanya dilihat dari segi biaya saja namun ikut melibatkan hemat waktu.^{28,29,30}

Alasan seseorang melakukan *dental tourism* yaitu lamanya waktu mengantre untuk mendapatkan perawatan serta biaya yang tidak terjangkau.^{5,18,31} Perbedaan biaya perawatan menjadi faktor utama untuk mendapatkan perawatan gigi di luar negara asal. Destinasi *dental tourism* menawarkan harga yang terjangkau, yang mana mereka dapat menghemat hingga ribuan dolar dengan kualitas standar internasional.³²

Kurangnya asuransi kesehatan dan keuntungan dari segi perawatan gigi membuat penduduk Amerika dengan pendapatan rendah mencari perawatan gigi ke Meksiko. Di Inggris, tingginya biaya perawatan gigi dan rendahnya akses untuk mendapatkan perawatan gigi menggunakan *National Health Service* membuat mereka mencari perawatan gigi di Eropa Timur.³³ Beberapa dari responden menyatakan bahwa biaya yang diperlukan untuk mendapatkan perawatan gigi di negara asal mereka relatif mahal dibandingkan dengan biaya

di Bali serta tidak semua jenis perawatan gigi ditanggung oleh asuransi.

Dimensi kemiripan budaya memiliki 5 aspek dengan nilai rata-rata 2.73. Aspek komunikasi dengan bahasa yang *dental tourist* ketahui memiliki nilai tertinggi yaitu 4.13. Turis dikategorikan menjadi 4 kelompok berdasarkan alasan seseorang melakukan perjalanan untuk mendapatkan perawatan, salah satunya ialah aspek budaya seperti komunikasi dengan bahasa yang sama dalam hal relasi dokter-pasien.³⁴ Kemiripan budaya dapat menjadi aspek yang penting bila *dental tourist* berasal dari letak geografis, bahasa, agama, serta budaya yang serupa.^{35,36,37} Berdasarkan penelitian ini, sebagian besar responden berasal Australia dan Eropa yang mana bahasa Inggris menjadi salah satu bahasa utama mereka. Para dokter dan staff di Bali International Dental Center dan Bali 911 Dental Clinic telah terlatih untuk berbicara dengan bahasa Inggris secara jelas sehingga mudah dipahami oleh *dental tourist*.

Kemampuan berbahasa Inggris telah dilatih sejak jenjang pendidikan dan Bali yang kerap dikunjungi oleh turis asing menjadikan masyarakat Bali belajar menggunakan bahasa Inggris. Keramahan juga merupakan salah satu kunci kesuksesan pariwisata. Keramah-tamahan rakyat Indonesia sudah sangat terkenal oleh para turis asing.⁶ Bukan hanya bahasa, masyarakat Bali telah dikenal dengan keramahannya. Bali sendiri memiliki berbagai citra yaitu sebagai destinasi budaya, destinasi suasana yang nyaman untuk berlibur serta destinasi lingkungan sosial yang ramah.³⁸

Dimensi pelayanan penunjang memiliki nilai rata-rata 3.58. Aspek layanan tambahan yang bagus disediakan oleh pihak klinik memiliki nilai 4.64. Pelayanan penunjang menjadi faktor penting yang harus diperhatikan karena berpengaruh terhadap kelancaran suatu perjalanan, seperti akomodasi, kenyamanan perjalanan, rencana perjalanan, transportasi, maskapai penerbangan dengan tarif yang rendah dan aktivitas untuk wisatawan.³⁸

Pelayanan penunjang seperti transportasi diberikan oleh Bali 911 Dental Clinic yaitu dengan menyediakan fasilitas *shuttle*. Hal ini memudahkan perjalanan dental tourist baik saat datang ke klinik maupun pulang dari klinik. Apabila *shuttle* sedang penuh, staf klinik akan membantu memesan taksi. Shuttle yang tersedia akan mengantarkan mereka hingga ke tempat tujuan sejauh tempat tujuan tersebut dapat diakses dengan kendaraan yang tersedia. Pelayanan penunjang lainnya ialah tersedia alat rontgen di masing-masing klinik. Ketersediaan alat rontgen memudahkan dental tourist dalam melakukan rangkaian perawatan, yang mana mereka tidak perlu berpindah-pindah lokasi guna mendapatkan hasil rontgen.

SIMPULAN

Motivasi *dental tourist* melakukan perawatan di Bali dapat dilihat dari 5 dimensi yaitu akses informasi, kualitas pelayanan, penghematan biaya, kemiripan budaya, dan pelayanan penunjang. Aspek rekomendasi dari teman/keluarga/ saudara (akses informasi) memiliki peranan



penting dalam menentukan destinasi *dental tourism*. Aspek dokter gigi dan tim yang terqualifikasi dan berkompeten (kualitas pelayanan) menjadi pertimbangan calon *dental tourist* dalam menentukan destinasi *dental tourism*. Aspek biaya terjangkau (penghematan biaya) termasuk hemat waktu menjadi salah satu motivasi *dental tourist* melakukan *dental tourism*. Aspek komunikasi dengan bahasa yang diketahui (kemiripan budaya) memiliki peranan dalam menentukan destinasi *dental tourism*, karena memudahkan komunikasi antara dokter dan pasien. Aspek layanan tambahan yang bagus disediakan oleh pihak klinik (pelayanan penunjang) menjadi salah satu motivasi *dental tourist* dalam hal kemudahan transportasi.

SARAN

1. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai motivasi dari dimensi penghematan biaya yang mana menjadi salah satu aspek berpengaruh dalam menentukan pilihan destinasi *dental tourist*.
2. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan periode yang lebih lama sehingga didapatkan responden lebih banyak.
3. Perlu bagi calon penelitian serupa untuk memahami karakteristik setiap *dental tourist* yang memiliki latar belakang dan budaya yang berbeda.
4. Perlu bagi klinik-klinik untuk dilakukan pendataan setiap pasien secara lengkap dan terstruktur guna mengetahui jumlah *dental tourist* yang melakukan perawatan.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan tidak terdapat konflik kepentingan terkait publikasi dari artikel penelitian ini

PENDANAAN

Penelitian ini didanai oleh peneliti tanpa adanya bantuan pendanaan dari pihak sponsor, *grant*, atau sumber pendanaan lainnya.

ETIKA PENELITIAN

Penelitian ini telah mendapat persetujuan dari Komite Etik Fakultas Kedokteran Universitas Udayana/RSUP Sanglah Denpasar.

KONTRIBUSI PENULIS

Samantha berkontribusi dalam merancang penelitian, melakukan penelitian, menganalisis data dan menulis naskah. Desak Nyoman Ari Susanti berkontribusi dalam membantu merancang penelitian, mengarahkan analisis data dan memimpin penulisan naskah. Putu Lestari Sudirman berkontribusi dalam membantu merancang penelitian, mengarahkan analisis data, dan revisi kritis naskah.

DAFTAR PUSTAKA

1. United Nation Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO). 2002. <http://whc.unesco.org/en/list/1194>. (15/06/2018)
2. Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. 2018. <https://bali.bps.go.id/>. (30/06/2018)
3. OECD. Health Accounts Experts, Progress Report. Trade in Health Care Goods and Services Under the System of Health Accounts. Paris: OECD Australian Dental Association. 2009. (20/05/2018)
4. Pocock, N., Phua, K. "Medical Tourism and policy implications for health systems: a conceptual framework from a comparative study of Thailand, Singapore and Malaysia". Globalization and health. 2011. 2010, 7/12. <http://www.globalizationandhealth.com> (12/02/2019)
5. Suwena, I Ketut and Widyatmaja, IGN. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Pustaka Larasan, Denpasar. 2017.
6. Jaapar, M., Musa, G., Moghavvemi, S. and Saub, R. Dental tourism: Examining tourist profiles, motivation and satisfaction. Malaysia. 2017.
7. Cristina, A. and Elena, Mihaela. Aspects Regarding The Development of The Dental Tourism in Romania. SEA-Practical Application of Science. 2014; 2
8. Gheorghe, R., Zürcher, A., Filippi, A. Dental tourism from Switzerland to Germany. Swiss Dental Journal SSO 127, Swiss, 2017: 618–625
9. Habeeb Ghatala, M. and B., Lakshmi. A Case of Medical Tourism in India. 2015.
10. Sheets, C.G. Modern Dentistry and the Esthetically Aware Patient. The Journal of the American Dental Association. 1987. <https://doi.org/10.14219/jada.archive.1987.0323> (29/02/2019)
11. Somani, A., Newton, J.T., Dunne, S.M. and Gilbert, D.B. The Impact of Visible Dental Decay on Social Judgements: Comparison of the Effects of Location and Extent of Lesion. International Dental Journal 2010; 60: 169-174.
12. Henson, S.T., Lindauer, S.J., Gardner, W.G., Shroff, B., Tufekci, E. and Best, A.M. Influence of Dental Esthetics on Social Perceptions of Adolescents Judged byPeers. American Journal of Orthodontics and Dentofacial Orthopedics. 2011; 140: 389-389. <https://doi.org/10.1016/j.ajodo.2010.07.026> (29/02/2019)
13. American Dental Association. Dental Implant: An Option for Replacing Missing Teeth. JADA 2005;136.
14. Musa, G., Thirumoorthi, T., and Doshi, D. Travel behaviour among inbound medical tourists in Kuala Lumpur. Current Issues in Tourism. Malaysia. 2011.
15. Yeoh, E., Othman, K., and Ahmad, H. Understanding medical tourists:Word-of-mouth and viral marketing as potent marketing tools. Tourism Management. 2013. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2012.04.010>. (15/02/2019)



16. Jalilvand, M., R., and Samiei, N. The Effect of E-WOM on Brand Image and Purchase Intention. *Journal of Marketing Intelligence and Planning* 2012; 30(4):460-476.
17. Turner, L. Cross-border dental care: 'dental tourism' and patient mobility. *British Dental Journal*. 2008.
18. Charo, N., Sharma, P., Shaikh, S., Haseeb, A., dan Sufya, M. Z. Determining the Impact of E-wom on Brand Image and Purchase Intention through Adoption of Online Opinions. 2015; 3(1).
19. Kotler, Philip., and Armstrong, Gary. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Indeks Kelompok Gramedia : Jakarta. 2008.
20. Keller, Kevin., Lane. *Manajemen Pemasaran edisi 13 Jilid 1*. Erlangga, Jakarta. 2009
21. Moghavvemi, S., Ormond, M., Musa, G., Mohammed Isa, C. R., Thirumoorathi, T., Mustapha, M. Z., dkk. Connecting with perspective medical tourists online: A cross sectional analysis of private hospital websites promoting medical tourism in India, Malaysia and Thailand. 2017.
22. Smet, Bart. *Psikologi Kesehatan*. Jakarta : PT Gramedia. 1994.
23. Sarafino, E.P. *Health Psychology : Biopsychosocial Interaction Third Edition*. John Wiley & Sons Inc, New York. 1997.
24. Gill, H., Singh, N. Exploring the Factors that Affect the Choice of Destination for Medical Tourism. *Journal of Service Science and Management* 2011; 315-324. <http://doi:10.4236/jssm.2011.43037> (20/03/2019)
25. Zhang, J., Seo, S., and Lee, H. The impact of psychological distance on Chinese customers when selecting an international healthcare service country. *Tourism Management* 2013; 32-40
26. Zailani, S., Mohezar Ali, S., Iranmanesh, M., Moghavvemi, S., and Musa, G. Predicting Muslim medical tourists' satisfaction with Malaysian Islamic friendly hospitals. 2016.
27. Barrowman, R., Grubor, D., and Chandu, A. 2010. Dental implant tourism. *Australian Dental Journal*. Australia.
28. Carmagnola, D., Filippucci, L., Celestino, S., Carrassi, A., Delia, S., and Lodi, G. A survey on the experience with dental tourism in a sample of Italian patients. *Minerva Stomatologica*. 2011.
29. Kovacs, E., and Szocska, G. 'Vacation for your teeth' - dental tourists in Hungary from the perspective of Hungarian dentists. *British Dental Journal*. 2013.
30. Turner, L. Transnational medical travel – ethical dimensions of global healthcare. *Camb Q Healthc Ethics* 2013;22:170–180.
31. Kamath, K., Hugar, S., Kumar, V., Gokhale, N., Uppin, C., S. Hugar, S. The business and pleasure of teeth: Dental tourism. *Int J Contemp Dent Clin Med Rev* 2015;. doi: [10.15713/ins.ijcdmr.82](https://doi.org/10.15713/ins.ijcdmr.82)
32. Turner, L. "Dental tourism": Issues surrounding cross-border travel for dental care. *Journal (Canadian Dental Association)* 2009;75(2):117-119.
33. Cuamea, O., Jorge, C., Medina, M., and Estrada, A. Dental Tourism: Key Factors That Influence The Selection Of A Dental Clinic In A Border Region. 2017. <http://dx.doi.org/10.21474/IJAR01/5015>
34. Glinos, I. A., and Baeten, R. A literature review of cross-border patient mobility in the European Union. Brussels: Observatoire social European, asbl. 2006.
35. Hall, C. M. Medical and health tourism: The development and implications of medical mobility. In C. M. Hall (Ed.), *Medical Tourism: The Ethics, Regulation, and Marketing of Health Mobility* 2013; 33: 3-27
36. Lee, J. Y., Kearns, R. A., and Friesen, W. Seeking affective health care: Korean immigrants' use of homeland medical services. *Health & Place* 2010;16(1):108-115
37. Utama, IGB R. Keunikan Budaya dan Keindahan Alam sebagai Citra Destinasi Bali menurut Wisatawan Australia Lanjut Usia. *Jurnal Kajian Bali* 2016. Vol.06.
38. Vequist, D., and Stackpole, I. Dental tourism: an opportunity for public health. Interview by Lois K Cohen. *Compendium of Continuing Education in Dentistry*. Jamesburg, New Jersey. 2012.



This work is licensed under
a Creative Commons Attribution