

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Malaysia memanfaatkan keenam elemen *Anholt's Nation Brand Hexagon* sebagai strategi *nation branding* untuk menarik wisatawan medis Indonesia. Melalui elemen pariwisata, Malaysia Healthcare Travel Council (MHTC) berkolaborasi dengan Kementerian Pariwisata, Seni dan Budaya. Kolaborasi pelayanan kesehatan dan pariwisata tertuang dalam Malaysia Healthcare Travel Industry Blueprint 2021-2025, yang mana pariwisata menjadi salah satu poin kunci dalam ekosistem perjalanan pelayanan kesehatan. Tourism Malaysia mendukung pengembangan ekosistem melalui akomodasi dan destinasi wisata. Hotel sebagai akomodasi berperan dalam mendukung pelayanan yang ramah pasien medis. Destinasi wisata juga tersedia bagi wisatawan medis yang berkunjung dengan infrastruktur transportasi yang memadai sehingga dapat diakses dengan mudah yang mana juga berdampak positif pada penjualan barang dan jasa. Tourism Malaysia juga melakukan promosi wisata bersamaan dengan promosi Malaysia Healthcare di Indonesia. Melalui elemen *Export Brand*, “Malaysia Healthcare” sebagai merek diekspor melalui Malaysia Healthcare Expo dan Malaysia Healthcare Virtual Week yang diadakan pada 2019-2023 di Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, dan Makassar. MH Expo dan MH Virtual Week menjadi momentum promosi Malaysia Healthcare dan kolaborasi strategis dengan berbagai pihak di Indonesia. Melalui elemen pemerintah, peran Malaysia Healthcare Travel Council (MHTC) sebagai perpanjangan tangan pemerintah sangat signifikan. Sebagai lembaga khusus yang mengelola merek Malaysia Healthcare, MHTC bertanggung jawab mengelola industri pariwisata medis, menjamin kualitas pelayanan dan pengembangan ekosistem, serta promosi merek secara global. Melalui elemen *investment & immigration*, Malaysia Healthcare sebagai sebuah merek mampu menarik investor sebagai salah satu sasaran *branding* dan mempermudah proses imigrasi. Baik investasi

dalam negeri oleh pemerintah maupun pihak swasta dan investasi asing berinvestasi dalam industri pariwisata medis, melalui insentif pajak, alokasi anggaran kesehatan, dan pengembangan fasilitas kesehatan. Proses imigrasi dipermudah melalui proses pengurusan visa dan perpanjangan paspor yang mudah. MHTC juga memberikan kemudahan pada proses imigrasi dengan memandu wisatawan yang baru sampai di bandara melalui jalur *fast-track*. Meski dihadapkan pada pandemi covid-19, pemerintah Malaysia tetap memberikan kesempatan bagi wisatawan medis untuk berobat ke Malaysia dengan prosedur yang ketat dan sesuai. Melalui elemen culture & heritage, budaya dan warisan menjadi bagian baik dalam pelayanan di fasilitas medis maupun dalam aktivitas pariwisata yang ditawarkan. Kesamaan budaya seperti bahasa dan kepercayaan yang dianut, menjadikan wisatawan medis Indonesia menjadikan Malaysia sebagai tujuan utama wisatawan medis. Melalui elemen people, masyarakat Malaysia dilihat melalui media dan populasi masyarakat secara keseluruhan. Media berperan penting dalam mempromosikan Malaysia Healthcare. Baik sosial media Malaysia Healthcare, maupun media berita seperti Bernama, Healthcare Asia Magazine, dan BioSpectrum Asia juga secara aktif memberitakan perkembangan sektor pariwisata medis di Malaysia. Sedangkan masyarakat Malaysia secara general mendukung upaya pemerintah dalam mengembangkan sektor pariwisata medis, dengan tidak ditemukannya narasi negatif yang datang dari masyarakat. Masyarakat Malaysia juga secara aktif beradaptasi dengan turut mengakomodir kebutuhan wisatawan medis, seperti penginapan dan tersebar destinasi kuliner di sekitar fasilitas kesehatan.