

ISSN 2828-285x



POLICY BRIEF

**PERTANIAN, KELAUTAN, DAN
BIOSAINS TROPIKA**
Vol. 6 No. 3 Tahun 2024

**Kebijakan Strategis untuk Peningkatan
Layanan Telemedicine Berdasarkan Perilaku
Konsumen**

Penulis

Megawati Simanjuntak dan Reggina Amelia

Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, IPB University

Kebijakan Strategis untuk Peningkatan Layanan Telemedicine Berdasarkan Perilaku Konsumen

Isu Kunci

Policy Brief ini memuat poin-poin penting sebagai berikut:

- 1) Perkembangan teknologi memudahkan pemeriksaan kesehatan melalui *telemedicine*.
- 2) Permasalahan meliputi persepsi manfaat, pengaruh sosial, keamanan data, dan kepercayaan konsumen muncul saat melakukan pemeriksaan melalui *telemedicine*.
- 3) Kualitas layanan diperlukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
- 4) Pemerintah perlu memperkuat regulasi serta memantau kualitas layanan terhadap regulasi.

Ringkasan

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, peran pemerintah sangat diperlukan. Kementerian Komunikasi dan Informatika diperlukan untuk meningkatkan perilaku dan kepuasan konsumen dalam menggunakan *telemedicine* dengan cara memperkuat regulasi terkait keamanan dan privasi data dalam *telemedicine*, seperti persyaratan untuk enkripsi data, penyimpanan yang aman, dan prosedur keamanan yang ketat untuk melindungi informasi pribadi pasien. Kementerian Komunikasi dan Informatika juga berperan untuk melakukan peningkatan konektivitas di daerah terpencil agar pengguna *telemedicine* dapat mengakses layanan dengan mudah. Selanjutnya, Kementerian Kesehatan dapat melakukan evaluasi dan pengawasan terhadap layanan *telemedicine* dengan cara memantau kualitas layanan dan kepatuhan terhadap regulasi. Lembaga perlindungan konsumen seperti BPKN (Badan Perlindungan Konsumen Nasional) dapat menyediakan informasi kepada konsumen terkait hak-hak konsumen dalam menggunakan *telemedicine* di antaranya memberikan informasi terkait standar kualitas layanan, hak privasi dan keamanan data, serta prosedur pengaduan jika terjadi masalah dalam penggunaan *telemedicine*.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, keamanan data, konektivitas, pengawasan layanan

Pendahuluan

Salah satunya kemajuan teknologi pada sektor kesehatan adalah berkembangnya aplikasi kesehatan jarak jauh atau *telemedicine*. Di Indonesia, *telemedicine* digunakan sebagai sarana bagi masyarakat untuk memeriksakan kesehatannya tanpa harus mengunjungi fasilitas kesehatan secara langsung dan menjadi sarana untuk menangani COVID-19 (Alexandra *et al.* 2021). *Telemedicine* merupakan teknologi yang berkembang di bidang kesehatan yang berfokus pada pelayanan kesehatan jarak jauh, konsultasi, serta penyampaian informasi terkait kesehatan. Saat ini *telemedicine* digunakan tidak hanya karena muncul kondisi darurat seperti penyebaran virus, tetapi digunakan sebagai metode yang efektif dalam memeriksakan kesehatan (Bokolo 2021).

Konsumen akan menggunakan kembali *telemedicine* jika konsumen merasa puas atas hal yang didapatkan dalam penggunaan *telemedicine*, seperti keakuratan diagnosis, pengobatan yang efektif, sampai keamanan data (Orrange *et al.* 2021). Dalam *telemedicine*, manfaat yang dirasakan berpengaruh terhadap perilaku konsumen untuk menggunakan *telemedicine* (Davis 1989). Selain itu, penggunaan *telemedicine* didasari oleh kepercayaan antara dokter dan pasien secara *online*. Namun, tidak semua pasien memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap penggunaan *telemedicine*. Hal tersebut disebabkan tidak ada pemeriksaan fisik secara langsung yang membuat konsumen mempertanyakan hasil diagnosisnya. Selain itu, jaminan keamanan data pada *telemedicine* menjadi keraguan dan kekhawatiran konsumen untuk menggunakan *platform telemedicine* (Siboro *et al.* 2021).

Terlepas dari kemudahannya, penggunaan layanan *telemedicine* cukup berisiko. Perusahaan keamanan *cyber* skala global, Kaspersky mencatat bahwa sebanyak 30 persen penyedia layanan kesehatan pernah mengalami kebocoran data pribadi *telemedicine* (Katadata 2022b). Hal tersebut menunjukkan bahwa penyedia layanan *telemedicine* perlu memperkuat keamanan data

pasien karena perkembangan teknologi akan semakin kompleks. Salah satu keterbatasan aplikasi *telemedicine* yang berkembang di Indonesia adalah terdapat hambatan dalam berkomunikasi dengan dokter karena hanya menggunakan pesan singkat sehingga masih banyak masyarakat yang kesulitan dan meragukan hasil diagnosis yang diberikan (Sari dan Wirman 2021). Persepsi konsumen mengenai kepercayaannya terhadap sistem teknologi dan jaminan prosedural dalam *telemedicine* (termasuk keamanan data) masih rendah. Hal ini membuat pengguna harus mempertimbangkan risiko yang mungkin saja terjadi (Kamal *et al.* 2020).

Saat ini, semakin banyak masyarakat yang menggunakan *telemedicine* untuk memeriksakan kesehatan karena sifatnya yang praktis dan fleksibel sehingga penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh dari persepsi manfaat, *social influence*, keamanan data, dan kepercayaan konsumen terhadap perilaku dan kepuasan konsumen dalam menggunakan *telemedicine*.

Perilaku Penggunaan Telemedicine

Aplikasi *telemedicine* yang paling sering digunakan oleh responden pada penelitian ini terdiri atas enam jenis. Lebih dari setengah responden paling sering menggunakan Halodoc. Jenis aplikasi lainnya yang juga banyak digunakan adalah Alodokter dan layanan kesehatan yang disediakan oleh rumah sakit. Jangka waktu responden dalam menggunakan layanan *telemedicine* didominasi oleh responden yang menggunakan layanan 1-2 tahun. Dalam satu kali penggunaan layanan, sebagian besar responden menghabiskan waktu kurang dari satu jam saat menggunakan *telemedicine*. Dalam penggunaannya, sebagian responden mengeluarkan sebanyak Rp50.001 sampai Rp100.000 dalam sekali penggunaan layanan. Selanjutnya, alasan responden menggunakan *telemedicine* karena aplikasi mudah diakses, dapat digunakan kapan saja, dan penggunaan *telemedicine* menghemat waktu.

Persepsi, Keamanan, dan Kepuasan Konsumen dalam Penggunaan Telemedicine

Persepsi manfaat mengacu pada manfaat yang dirasakan konsumen saat menggunakan *telemedicine* yang berdampak langsung pada perilaku konsumen untuk menggunakannya. Lebih dari setengah responden merasakan kemudahan dalam mengakses layanan kesehatan melalui *telemedicine*. Sebanyak 3 dari 10 responden memperoleh manfaat dari penggunaan *telemedicine* dan merasa bahwa pemeriksaan melalui *telemedicine* lebih cepat dibandingkan dengan pemeriksaan secara langsung. Persepsi manfaat berada pada kategori tinggi. Artinya, persepsi manfaat yang dirasakan konsumen sangat baik. Persepsi manfaat memiliki peranan penting bagi seseorang untuk menjadi pertimbangan dalam menggunakan *telemedicine* (Wakhida dan Sanaji 2020).

Social influence mengacu pada pertukaran informasi atau pengetahuan antar individu yang berbeda yang memengaruhi perilaku dan keputusan konsumen dalam bertransaksi. Sebanyak 6 dari 10 responden mengetahui *telemedicine* dari promosi media sosial dan akan merekomendasikan *telemedicine* pada orang lain. Sebagian responden lainnya mengetahui *telemedicine* dari orang sekitar, mengetahui telemedicin edari pusat kesehatan secara langsung, dan direkomendasikan orang sekitar untuk menggunakan *telemedicine*. *Social influence* dalam penelitian ini berada pada kategori rendah. Dapat diartikan bahwa *social influence* dalam penelitian ini perlu ditingkatkan.

Data konsumen diperlukan sebelum melakukan pemeriksaan dalam *telemedicine*, sehingga keamanan data menjadi concern bagi konsumen sebelum menggunakan *telemedicine*. Keamanan data mengacu pada kaminan data pribadi seperti rekam medis dan privasi pasien yang tidak boleh tersebar. Sebanyak 2 dari 10 responden dalam penelitian ini merasa khawatir akan kerahasiaan data pribadi dan informasi yang mereka berikan pada *telemedicine*. Keamanan data

pada penelitian ini berada pada kategori rendah. Artinya, keamanan data yang dirasakan konsumen cukup baik.

Penggunaan *telemedicine* dilandasi oleh kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen merupakan tingkat keyakinan konsumen terhadap pemeriksaan, kenyamanan, waktu yang digunakan, sampai hasil diagnosis. Sebagian besar responden percaya bahwa diagnosis yang diberikan sesuai dengan keluhan yang dirasakan dan lebih dari setengah responden meyakini tanpa bertatap muka pemeriksaan dapat dilakukan dengan efektif. Kepercayaan konsumen berada pada kategori sedang. Artinya, kepercayaan konsumen dalam penelitian ini sudah cukup baik. Secara keseluruhan, kepercayaan konsumen dalam penggunaan *telemedicine* dilihat dari berbagai aspek mulai dari hasil diagnosis, komunikasi antara konsumen dan tenaga ahli dan hal tersebut dapat dipupuk dengan membangun kepercayaan melalui peningkatan kualitas, layanan, dan persepsi produk platform *telemedicine* (Alfarizi 2022).

Perilaku penggunaan *telemedicine* mengacu pada proses yang dilakukan konsumen dalam menggunakan *telemedicine*. Perilaku penggunaan *telemedicine* berada pada kategori rendah. Masih sedikit konsumen yang memiliki perilaku penggunaan *telemedicine* yang tinggi. Sebagian besar responden memilih untuk menggunakan *telemedicine* ketika mengalami masalah kesehatan karena penggunaannya yang mudah.

Dalam penggunaannya, kepuasan konsumen menjadi hal yang penting. Kepuasan konsumen mengacu pada penggunaan *telemedicine* ditandai dengan hasil yang efisien dan maksimal dari pelayanan dan konsultasi yang dilakukan oleh konsumen. Lebih dari setengah responden merasa nyaman berkomunikasi dengan dokter melalui *telemedicine*. Selain itu, responden merasa bahwa penggunaan *telemedicine* sesuai dengan ekspektasi. Responden menerima pengobatan yang memadai, hasil diagnosis yang sesuai dengan apa yang dirasakan, dan puas dengan layanan yang diberikan. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini

berada pada kategori sedang. Dapat diartikan bahwa, responden cukup merasa puas ketika menggunakan *telemedicine*.

Hasil uji pengaruh pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku penggunaan *telemedicine* tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa konsumen dapat merasakan kemudahan ketika menggunakan layanan kesehatan yang tentunya bermanfaat bagi pengguna *telemedicine* (Khotimah *et al.* 2022). Persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persepsi manfaat yang dirasakan tidak memiliki peran besar sebagai pendorong kepuasan konsumen (Tiara dan Antonio 2022).

Social influence berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku penggunaan *telemedicine*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan temuan dalam penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *social influence* mengacu pada dampak interaksi sosial, rekomendasi, hingga pendapat yang diberikan oleh sekitar yang memengaruhi individu untuk menggunakan layanan *telemedicine* (Pramudita 2023). Dapat dikatakan bahwa meskipun seseorang telah merasakan *social influence* yang tinggi, hal ini belum tentu bisa meningkatkan perilaku penggunaan *telemedicine*.

Keamanan data berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan konsumen dan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan *telemedicine* dan kepuasan konsumen. Pengaruh yang signifikan antara keamanan data terhadap kepercayaan konsumen pada penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa konsumen merasa aman ketika tidak terjadi kerentanan dan ancaman terhadap data-datanya. Hal tersebut mengarah pada peningkatan kepercayaan konsumen dalam menggunakan *telemedicine* (Qasaimeh *et al.* 2022). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa keamanan data tidak

memiliki efek signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan *telemedicine* (Devina *et al.* 2019). Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan temuan yang menyatakan bahwa konsumen yang merasa bahwa informasi pribadi yang diberikan aman, lebih cenderung memercayai dan merasakan kepuasan *telemedicine* (Girsang *et al.* 2020).

Kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap perilaku penggunaan *telemedicine* dan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa tingginya kepercayaan konsumen akan meningkatkan perilaku penggunaan *telemedicine* (Lee *et al.* 2021). Dengan menjaga kepercayaan konsumen, maka secara tidak langsung akan terjadi peningkatan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen (Yulaikah dan Artanti 2022).

Perilaku penggunaan *telemedicine* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pengalaman penggunaan yang positif seperti kemudahan dan efektivitas dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Begitupun sebaliknya, pengalaman penggunaan yang negatif seperti adanya kesulitan dalam penggunaan atau layanan dapat menyebabkan tingkat kepuasan konsumen yang rendah (Peluso 2011). Teori kepuasan konsumen menyebutkan bahwa ekspektasi konsumen menjadi aspek penting, jika kinerja yang diberikan sesuai dengan ekspektasi, maka akan menumbuhkan kepuasan konsumen. Keuntungan yang dirasakan oleh penggunaan *telemedicine* seperti kemudahan berkomunikasi, akses dan pelayanan, serta hasil yang sesuai mendorong kepuasan konsumen dalam menggunakan *telemedicine*.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, *social influence*, keamanan data, dan perilaku penggunaan *telemedicine* yang rendah. Berbeda dengan kepercayaan konsumen dan kepuasan konsumen yang berada pada kategori sedang serta

persepsi manfaat yang berada pada kategori tinggi. Kepuasan konsumen memerlukan berbagai peningkatan. Kepuasan konsumen dapat ditingkatkan dengan memperhatikan kenyamanan saat konsultasi dilakukan, memastikan teknologi mudah untuk digunakan, memiliki harapan yang realistis dan memahami keterbatasan *telemedicine* seperti kurangnya pemeriksaan fisik secara menyeluruh.

Dari sisi konsumen, peningkatan dapat dilakukan dengan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terkait penggunaan dan sistem *telemedicine*. Kemudian, diperlukan peningkatan kesadaran akan keamanan data dalam penggunaan *telemedicine*, termasuk penerapan protokol keamanan yang ketat dan komunikasi yang jelas kepada pengguna. Konsumen dapat memastikan platform *telemedicine* yang digunakan merupakan platform terpercaya dan disarankan untuk memahami kebijakan privasi dari penyedia layanan untuk memastikan informasi dan data yang telah diberikan akan dilindungi dengan baik. Selain itu penting untuk memastikan pengalaman pengguna yang positif dengan platform *telemedicine*. Hal ini mencakup pelayanan yang ramah, layanan pelanggan yang responsif, dan kemudahan akses.

Dilihat dari sisi produsen. Produsen dapat meningkatkan kepuasan konsumen melalui memasyarakatkan informasi yang mudah dimengerti. Pengguna *telemedicine* melibatkan berbagai usia sehingga diperlukan kemudahan dalam mengakses informasi di dalamnya. Kemudian, produsen dapat membangun komunikasi yang baik untuk menciptakan pengalaman sebaik-baiknya kepada konsumen karena dalam hal ini, konsumen juga berperan sebagai seseorang yang memengaruhi lingkungannya. Kemudian diperlukan peningkatan kualitas jasa baik sebelum maupun sesudah menggunakan. Selanjutnya, produsen harus memperhatikan kenyamanan saat konsultasi, memastikan teknologi mudah untuk digunakan, memiliki harapan yang realistis dan memahami keterbatasan *telemedicine* seperti kurangnya pemeriksaan fisik secara menyeluruh.

Dari sisi regulasi, dibutuhkan peran Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk

meningkatkan perilaku dan kepuasan konsumen dalam menggunakan *telemedicine* dengan cara memperkuat regulasi terkait keamanan dan privasi data dalam *telemedicine*, seperti persyaratan untuk enkripsi data, penyimpanan yang aman, dan prosedur keamanan yang ketat untuk melindungi informasi pribadi pasien. Kementerian Komunikasi dan Informatika juga dapat melakukan peningkatan konektivitas di daerah terpencil agar pengguna *telemedicine* dapat mengakses layanan dengan mudah. Selanjutnya, Kementerian Kesehatan dapat melakukan evaluasi dan pengawasan terhadap layanan *telemedicine* dengan cara memantau kualitas layanan dan kepatuhan terhadap regulasi. Lembaga perlindungan konsumen seperti BPKN (Badan Perlindungan Konsumen Nasional) dapat menyediakan informasi kepada konsumen terkait hak-hak konsumen dalam menggunakan *telemedicine* di antaranya memberikan informasi terkait standar kualitas layanan, hak privasi dan keamanan data, serta prosedur pengaduan jika terjadi masalah dalam penggunaan *telemedicine*.

Daftar Pustaka

- Alexandra S, Handayani PW, Azzahro F. 2021. Indonesian hospital *telemedicine* acceptance model: the influence of user behavior and technological dimensions. *Heliyon*. 7(12). doi:10.1016/j.heliyon.2021.e08599.
- Alfarizi M. 2022. Analysis of consumer technology acceptance model on Indonesian *telemedicine* applications. *Jurnal Manajemen Teknologi*. 21(1):14–32. doi:10.12695/jmt.2002.21.1.2.
- Bokolo AJ. 2021. Exploring the adoption of *telemedicine* and virtual software for care of outpatients during and after COVID-19 pandemic. *Ir J Med Sci*. 190(1). doi:10.1007/s11845-020-02299-z.
- Davis FD. 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *JSTORE*. 13(3):319–340.
- Devina R, Handayani PW, Pinem AA. 2019. Privacy Concern on Continuance of use in Online

- Doctor Consultation. IEEE; 2019 April 11-13. Singapore.
- Djuana Siboro M, Surjoputro A, Budiyantri RT. 2021. Faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan layanan *telemedicine* pada masa pandemi COVID-19 di Pulau Jawa. *J. Kesehatan Masyarakat*. 9(5): 613-620. doi:10.14710/jkm.v9i5.30762.
- Girsang MJ, Candiwan, Hendayani R, Ganesan Y. 2020. Can Information Security, Privacy and Satisfaction Influence the E-Commerce Consumer Trust? Di dalam: 2020 8th International Conference on Information and Communication Technology, ICoICT 2020. Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc.
- Kamal SA, Shafiq M, Kakria P. 2020. Investigating acceptance of *telemedicine* services through an extended technology acceptance model (TAM). *Technol Soc*. 60. doi:10.1016/j.techsoc.2019.101212.
- Katadata. 2022b Apr 7. Jumlah pengguna baru layanan *telemedicine* capai 44% dalam 6 bulan. *Katadata.*, siap terbit.
- Khotimah FKH, Fahmi I, & Hartono S. 2022. The Antecedents of Intention to Use *Telemedicine*. *Journal of Consumer Sciences*. 7(2). doi: 10.29244/jcs.7.2.97-115.
- Lee WI, Fu HP, Mendoza N, Liu TY. 2021. Determinants impacting user behavior towards emergency use intentions of m-health services in taiwan. *Healthcare (Switzerland)*. 9(5). doi:10.3390/healthcare9050535.
- Orrange S, Patel A, Mack WJ, Cassetta J. 2021. Patient satisfaction and trust in *telemedicine* during the COVID-19 pandemic: Retrospective observational study. *JMIR Hum Factors*. 8(2). doi:10.2196/28589.
- Peluso AM. 2011. Consumer satisfaction: advancements in theory, modeling, and empirical findings. Peter Lang. 62 Pramudita E. 2023. Exploring factors affecting user satisfaction and behavioral intention towards *telemedicine* services among gen-z and millennials in Indonesia: A PLS-SEM Study on Alodokter Application. *J Innovation and Entrepreneurship*. 5(1):1-14. doi:10.21203/rs.3.rs-2850704/v1.
- Qasaimeh M, Halemah NA, Rawashdeh R, Al-Qassas RS, Qusef A. 2022. Systematic Review of E-commerce Security Issues and Customer Satisfaction Impact. Di dalam: Proceedings - 2022 International Conference on Engineering and MIS, ICEMIS 2022. Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc.
- Sari GG, Wirman W. 2021. *Telemedicine* sebagai media konsultasi kesehatan di masa pandemic COVID 19 di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*. 15(1):43–54. doi:10.21107/ilkom.v15i1.10181.
- Tiara K, Antonio F. 2022. The influence of *telemedicine* usability on patient loyalty mediated by patients' trust and satisfaction: a study at hospitals of state-owned enterprises in Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 2326-2341:6(1).
- Türkyılmaz S. 2023. Investigation of *telemedicine* services, an innovative and technology-based healthcare application, by using the extended Technology Acceptance Model (TAM2): An Example from Turkey. *European Journal of Applied Sciences*. 11(1). doi:10.14738/aivp.111.14101.
- Wakhida U I, Sanaji. 2020. peran-perceived-usefulness-dan-perceived-risksebagai-1krnsgz3sa. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 8(4):1–17. doi:10.26740/jim.v8n4.p1158-1174.
- Yulaikah N, Artanti Y. 2022. Decisions to Use *Telemedicine* During The COVID19 Pandemic: The Effects of Perceived Fear, Information Quality, and Trust. *Social Science Studies*. 2(1):057–071. doi:10.47153/sss21.3142022.



Policy Brief Pertanian, Kelautan, dan Biosains Tropika merupakan upaya mengantarmukakan sains dan kebijakan (science-policy interface) untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang inklusif. Media ini dikelola oleh Direktorat Kajian Strategis dan Reputasi Akademik (D-KASRA) IPB University. Substansi policy brief menjadi tanggung jawab penulis sepenuhnya dan tidak mewakili pandangan IPB University.

Author Profile



Megawati Simanjutak, adalah akademisi di Institut Pertanian Bogor (IPB) yang ahli dalam bidang kesejahteraan keluarga dan perilaku konsumen. Penelitiannya berfokus pada peningkatan kualitas hidup keluarga dan literasi keuangan, serta kontribusi pada kebijakan kesejahteraan konsumen di Indonesia.

(Corresponding Author)

Email : mega_juntak@apps.ipb.ac.id



Reggina Amelia, merupakan mahasiswa S-1 di Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, IPB University.

ISSN 2828-285X



Telepon

+62 813 8875 4005



Email

dkasra@apps.ipb.ac.id



Alamat

Gedung LSI Lt. 1
Jl. Kamper Kampus IPB Dramaga
Bogor - Indonesia 16680