

ANALYSIS OF THE USE OF HALODOC CHATBOT IN HEALTH APPLICATIONS AS A FACTOR OF CONSUMER SATISFACTION DURING THE COVID-19 PANDEMIC FOR THE 2020-2022 PERIOD

Moh. Jawahir¹⁾, Hilda Yuliasuti²⁾, M. Alimardi Hubeis³⁾, Ahmad Sarmadi⁴⁾,
Universitas Insan Cita Indonesia^{2,3,4)}, YASI Learning Education¹⁾,
Yasi.office@gmail.com¹⁾, mohjawahir@uici.ac.id²⁾, Hilda@uici.ac.id³⁾

Abstract

An During the pandemic-19, all levels of society were limited by remote activities, this was research stems from the promotion of the Halodoc application as the highest trend target for paid online health consultations, consumers to use the Halodoc application through the account registration process, account ownership and user location in the application according to the requirements. the wishes of users of the Halodoc application, the author aims to examine how the relationship between content and accuracy is on consumer satisfaction in the Halodoc Health application. This is research method is qualitative, library research approach to support data update used content analysis approach. The results of the study show that 1) The level of consumer satisfaction on the use of the Halodoc Health application comes from the content and accuracy of positive services on the Halodoc Health application is very good. 2) The implementation of the user chatbot on the Health application is carried out with question and answer services that can provide consumer satisfaction from the attribute of desire well.

Keywords: Chatbot, Consumer Satisfaction and Halodoc Health Application

Abstrak

Semasa pandemic-19 seluruh lapisan masyarakat dibatasi dengan kegiatan jarak jauh, penelitian ini berasal dari promosi aplikasi Halodoc sebagai target trend tertinggi untuk konsultasi Kesehatan online berbayar, konsumen untuk menggunakan aplikasi Halodoc melalui proses pendaftaran akun, kepemilikan akun dan lokasi pengguna dalam aplikasi yang sesuai dengan keinginan pengguna aplikasi Halodoc, penulis bertujuan untuk mengkaji bagaimana hubungan content dan accuracy terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi Kesehatan Halodoc. Metode penelitian ini berjenis kualitatif, pendekatan library research untuk mendukung data update digunakan pendekatan analisis content. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Tingkat Kepuasan konsumen pada penggunaan aplikasi Kesehatan Halodoc berasal dari content dan accuracy layanan positif pada aplikasi Kesehatan Halodoc sangat baik. 2) Pelaksanaan Chatbot pengguna pada aplikasi Kesehatan terlaksana dengan pertanyaan dan jawaban layanan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dari atribut keinginan secara baik.

Kata kunci: Chatbot, Kepuasan konsumen dan Aplikasi Kesehatan Halodoc

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang sempat menderita dibalik derita yang berasal dari wabah terhadap masyarakatnya, wabah melanda Indonesia seperti yang dikatakan oleh Izzati & Firmanto (2021) bahkan diberbagai negara di dunia sangatlah terpukul dikarenakan adanya wabah pandemi COVID-19 yang mengakibatkan hampir seluruh aspek kehidupan dan kegiatan masyarakat terhambat, tidak terkecuali di negara Indonesia (Vaya and Yuki 2020). Dengan begitu, Ketika wabah penyakit yang dikenal covid-19 merebak meluas kepenjuru lapisan masyarakat di Indonesia, seakan perasaan duka tinggallah duka, yang dapat dikatakan tanpa ucapan “Ampun Sudahi!”, istilah “Sudah” berarti “Selesaikan” untuk menghindari dan jauh dari imbasnya. Covid-19 Tetap terjadi meskipun diam mengisolasi diri terus-terusan menjadi keharusan individu agar segera melakukan perlawanan terhadap virus-19 dengan upaya pemutusan rantai menularnya.

Selain berbagai cara dan upaya memutuskan rantai covid-19 tak banyak yang dilakukan masyarakat lagi dan pasrah menunggu arahan terbaik (konsultasi Kesehatan online), bahkan hal kecil yang dikenal dengan konsultasi kesehatan pun hanya dapat dilakukan melalui jarak jauh atau online saja.

Fenomena munculnya aplikasi Halodoc berbasis online sejak tahun 2016 lalu, menurut Pratama (2021) diluncurkan oleh Jonathan Sudharta berupa aplikasi mobile Kesehatan yang menawarkan konsultasi interaksi kepada dokter maupun berobat, tetapi di tahun 2016 itu masih sebelah mata dipandang masyarakat, bahkan tidak antusias sama sekali dan tidak sempat membuka atau menggunakan aplikasi tersebut dikarenakan kesibukan (sebelum pandemic covid-19) tersebut diatas, akan tetapi pada musim wabah covid-19 di tahun 2020 tingkat pemakaian aplikasi Halodoc seakan merebak bagaikan mengiringi wabah covid-19 dan tahun 2021 Burhan (22/10/2021) pukul 17:43WIB melangsirkan Halodoc mencatat transaksi hingga 10 kalilipat diantaranya tes Covid-19 mencapai 600ribu pengguna.

Realitanya bahwa aplikasi Halodoc sebagai upaya yang paling dominan dimasa pandemic covid-19. Secara empiris dibuktikan oleh (Bosnia & Sudharta, 2020) yang menunjukkan dengan adanya lonjakan pengguna di aplikasi kesehatan Halodoc, terdapat peningkatan sebesar 600% dalam jumlah penggunaanya dibanding dengan keadaan sebelum adanya pandemi, berdasarkan wawancara bersama CNBC pada Juni 2020 (Hasibuan, 2020). Halodoc juga membuka fasilitas baru kala pandemi, yaitu fasilitas Rapid dan *Polymerase Chain Reaction (PCR) Test drive-through* dan *home care* di beberapa titik di Indonesia dan berhasil membantu 100.000 penggunaanya untuk mendeteksi virus COVID-19.

Pada aplikasi Kesehatan Halodoc setelah penulis mengobservasi dari menu isi dan ketepatan akurasi aplikasi Halodoc telah menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat pengguna selaku konsumen Halodoc, sesuai dengan yang ditunjukkan oleh Nurhuddatiana dan Seo (2020) membuktikan bahwa aplikasi Kesehatan Halodoc yaitu: “Untuk memudahkan akses layanan kesehatan untuk masyarakat Indonesia, aplikasi Halodoc menyediakan berbagai fitur atau fasilitas. Dengan Halodoc, pasien dapat memesan obat ke apotek atau rumah sakit terdekat yang tersedia, melakukan konsultasi online dengan dokter berlisensi, dan menerima resep dari dokter. Halodoc menyediakan

layanan pengiriman obat dari apotek atau rumah sakit kepada pasien dengan bermitra dengan perusahaan lokal yang menyediakan layanan berbagi tumpangan”.



Gambar 1 Simulasi data saat pandemi

Searah dengan pendapat Ramadhan & Pradekso (2021) bahwa minat konsumen untuk menggunakan aplikasi HaloDoc sebagai sarana konsultasi dengan dokter (Ramadhan and Pradekso 2021). Artinya Halodoc melihat adanya peluang meningkatkan informasi yang dibutuhkan masyarakat sehingga kepuasan masyarakat dapat dipenuhi dengan segala fitur aplikasi Halodoc.

Menurut Nasution (2005) mengatakan bahwa kepuasan konsumen itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang dikonsumsi. Dikatakan oleh Nugroho (2010) bahwa konsumen memiliki kepuasan yang tinggi pada atribut yang berhubungan dengan pelayanan dan atribut yang berhubungan dengan pembelian. Jika atribut pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen maka memunculkan kepuasan konsumen, sebaliknya jika pelayanan yang dibuat berdasarkan sistem dapat saja tidak ada real layanan yang dapat memahami ragam pengaduan khususnya pada aplikasi Kesehatan Halodoc.

Dilansir dari Katadata.co.id pada tanggal 14 Juni 2022 pukul 10:12WIB oleh Burhan tentang Halodoc dirumorkan telah melakukan PHK “Startup Kesehatan Halodoc Bantah Kabar PHK Masal” menurut Adeline selaku VP Governance Relation and corporation Affair “Kami mengonfirmasikan tidak terjadi layoff masal di perusahaan” artinya terjadi isu PHK yang berasal dari ketidakpuasan konsumen aplikasi Halodoc hingga menimbulkan isu, dampak is uterus berlanjut, Bahkan senada dengan masalah

penyedia layanan Kesehatan dari langsiaran Setyowati (7/1/2022) pukul 13:59 tentang :Riset terhadap 389 perwakilan perusahaan penyedia layanan Kesehatan di 34 negara: 30% layanan telemedicine sebut pegawai bahayakan data pasien, artinya isu kepuasan konsumen yang terjadi sebagai pengguna aplikasi Halodoc penting untuk diteliti secara mendalam, terkait seberapa tinggi dan minimnya kepuasan konsumen pengguna aplikasi Halodoc menjadi focus permasalahan yang penting segera untuk di kaji.

Kepuasan konsumen tidak terjadi begitu saja, atau kepuasan konsumen tidak dapat terbentuk tanpa apa yang di inginkan terpenuhi, konsumen memiliki atribut yang berbeda bahkan untuk mengukur kepuasan konsumen sebagai pengguna aplikasi Halodoc masih terus bermunculan, akan tetapi berbeda dengan penelitian penulis ini, tidak saja chatbot sebagai pengukuran kepuasan konsumen akan tetapi secara empiris penulis menyertakan bukti yang menunjukkan keterbatasan penelitian sebelumnya.

Awalnya penulis berdasarkan Nasution (2005) kepuasan konsumen berasal dari keinginan yang terpenuhi, namun Nugroho (2010) mengatakan adanya atribut yang berhubungan dengan pelayanan, artinya keinginan konsumen selama pandemic covid-19 terpenuhi untuk konsultasi Kesehatan di Halodoc, namun atribut pelayanan dari aplikasi Halodoc belum sesuai dengan benang merah kepuasan konsumen, selanjutnya studi literatur yang terbukti empiris oleh Murhum, Durachman & Fetrina (2022) dengan judul Pengukuran penerimaan pengguna pada aplikasi Kesehatan Halodoc menggunakan *model Unified Theory of acceptance and use of technology 2* dari hasil olah data terdapat 11 hipotesis dengan lima hipotesis ditolak. Artinya Halodoc masih harus melakukan pengembangan aplikasi, hal ini dikarenakan nilai kepuasan konsumen belum merata di Indonesia. Oleh karena itu pembaharuan penelitian ini menyoroti *content* dan *accuracy* aplikasi Kesehatan Halodoc.

Kepuasan konsumen pengguna aplikasi Kesehatan Halodoc masih jauh dari harapan jika di bandingkan secara berbeda dengan yang dikatakan oleh Doll & Torkzadeh (1991) untuk mengukur kepuasan pengguna dalam menggunakan suatu aplikasi (Kesehatan) terdiri dari *Content, Accuracy, Format, Ease of Use* dan *Timeliness*. Selanjutnya penulis berdasarkan bukti empiris oleh Azwar et al (2020) bahwa *content* aplikasi Kesehatan sebagai Model yang dapat mengukur apakah sistem menghasilkan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna atau tidak, sedangkan untuk *Accuracy* yang dimampui oleh aplikasi Kesehatan Halodoc diukur dengan memahami seberapa sering sistem menghasilkan keluaran yang salah saat memproses masukan dari pengguna/konsumen. berdasarkan hasil observasi penulis pada aplikasi Halodoc ada beberapa artikel Kesehatan yang masih tertera dan tanpa pembaharuan sejak 12 Oktober tahun 2017 *content* artikel Alergi memuat Jenis-jenis alergi meliputi alergi pernafasan, alergi makanan, alergi kulit dan alergi obat-obatan, artikel yang sama dimuat pada tanggal 30 April, 26 Juni, 9 Juli 2018 hingga 10 Agustus 2022 Artikel Halodoc menulis “Kenalan dengan Epinefrin, obat untuk atasi alergi Berat”. Artinya artikel *content* yang kurang tepat pada masa pandemic dan minimnya pembaharuan juga hanya terfokus pada penjualan obat-obat dan tidak ada Tindakan medis sebelum pemberian obat merupakan kepuasan konsumen yang dimunculkan masih lemah belum akurasi.

Berdasarkan permasalahan kepuasan konsumen pengguna aplikasi Halodoc pada chatbot, penulis bertujuan untuk mengkaji bagaimana hubungan *content* dan *accuracy*

terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi Kesehatan Halodoc. Penulis dalam penelitian ini dengan menggunakan metode library research berjenis penelitian kualitatif untuk mendukung data pendekatan analisis digunakan analisis content. Pengumpulan data primer dari bahan data buku dan tulisan ilmiah, tesis dan disertasi Kesehatan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengguna aplikasi Kesehatan Halodoc

Pengguna ialah masyarakat yang menjadi konsumen dan terdaftar pada aplikasi Halodoc dan memiliki akun Halodoc, yang dimaksud “pengguna” berarti “Pemakai” telah sempat beberapa kali menggunakan aplikasi Halodoc untuk kepentingan individu, dimana setiap keinginan membuka dan ingin konsultasi dengan dokter terkait pertanyaan dalam chatbot dilakukan berulang kali.

Menurut Pratama (2021) bahwa Halodoc adalah aplikasi Kesehatan yang dimana dapat menghubungkan antara pengguna kepada dokter, bukan dengan dokter, artinya mengarahkan pengguna kepada dokter yang telah bekerja sama dengan aplikasi Halodoc. Aplikasi Halodoc merupakan aplikasi layanan informasi kesehatan yang dinilai sangat accuracy dari atribut kondisi yang serba jarak jauh, Sebagian menilai Halodoc juga efektif untuk layanan kesehatan masyarakat di masa pandemi saat ini. Live chat di aplikasi kesehatan dapat memberikan saran kesehatan dengan dokter yang dipilih sesuai dengan kebutuhan individu konsumen. Namun, pasti ada perbedaan antara konseling tatap muka (offline) dan konseling boot chat di aplikasi Halodoc (online). Oleh karena itu, pengguna aplikasi Halodoc lebih dominan menggunakan aplikasi selama masa pandemic-19 dan rentan berhubungan konsultasi secara tatap muka.

Penulis mengatakan bahwa pengguna aplikasi kesehata Halodoc ialah pemakai yang memiliki akun Halodoc dan seringkali menggunakan layanan Kesehatan untuk konsultasi online pada aplikasi dengan dokter.

2. Chatbot aplikasi Kesehatan

Aplikasi Kesehatan dikatakan oleh Cui *et all* (2017) yaitu: *There demonstrate SuperAgent as an add-on extension to the mainstream web browsers and show its usefulness to user's online shopping experience.*

Selanjutnya Cui *et all* (2017) mengutarakan pada suatu Chatbot layanan konsumen lebih kearah konvensional yang biasanya dialog pribadi dalam skala data yang besar atau konsumen dengan dokter layanan Kesehatan. Dimensi chatbot aplikasi layanan menurut Chui *et all* (2017) meliputi beberapa poin sebagai berikut:

a. Chit-chat Conversation Modeling

Mesin obrolan-obrolan terutama dirancang untuk membalas untuk menyapa pertanyaan seperti "halo" dan "terima kasih" Anda”, serta pertanyaan yang tidak dapat dijawab oleh tiga mesin sebelumnya, namun penggunaan pendekatan balasan cerdas untuk saran balasan dalam mesin obrolan umum cenderung tidak dan hamper menyimpang dari topik sehingga jawabannya mungkin tidak relevan

b. Meta engine

Disini peran superagent memanggil sub mesin secara parallel yang kemudian menggabungkan dan memprioritaskan hasil dar mesin aplikasi dari urutan fakta QA, FAQ pencarian, teks QA dan mesin obrolan (Chatbot).

c. *Usability analysis*

Penting super agent dalam aplikasi layanan Kesehatan untuk menjawab bagaimana konsumen menggunakannya dan dapat membaca apa yang konsumen butuhkan secara super agent minimal memasang QA Pelanggan berkualitas tinggi dengan mendapatkan 72.402 ulasan dan 108 ulasan produk populer secara rata-rata dan mengintegrasikan data yang menjadi basis pengetahuan terpadu dan memberikan semua layanan Kesehatan ke semua konsumen dalam aplikasi Kesehatan.

d. *Related work*

Chatbot layanan konsumen dikategorikan kedalam dua jenis yaitu pihak pertama dan pihak ketiga mengacu pada mesin percakapan yang dikembangkan oleh aplikasi Kesehatan untuk mengurangi anggaran layanan.

Berdasarkan poin ahli tersebut diatas, bahwa Chatbot ialah layanan balasan dalam suatu aplikasi yang disertai super agent data yang besar, menurut (Astuti and Fatchan 2019) jika pertanyaan dengan pola yang berbeda-beda, namun tetap dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan masing-masing kategori. Jika pertanyaan yang dimasukkan tidak terdapat dalam salah satu kategori, maka sistem chatbot akan menampilkan kalimat “Maaf, saya tidak mengerti. “Silahkan masukkan pertanyaan lain”. “Terimakasih”, tetap dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan masing-masing kategori serta chatbot dapat berperan sebagai *customer service* yang dapat melayani pertanyaan pelanggan.

3. Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen ialah keinginan yang terpenuhi, Kepuasan konsumen atau kepuasan pelanggan adalah faktor penting dalam keberlanjutan sebuah bisnis yang dibentuk dengan aplikasi kesehatan Halodoc, dikarenakan kepuasan konsumen sangat berpengaruh pada keuntungan perusahaan yang memberikan produk atau jasa terkait, jika kepuasan konsumen meningkat berarti keuntungan terus meningkat, sebaliknya jika kepuasan konsumen tidak terlayani maka sulit bagi keuntungan didapatkan semaksimalnya, dikarenakan konsumen tidak Kembali menggunakan layanan aplikasi Kesehatan tersebut. Oleh karena itu, dikatakan oleh Khadka & Maharjan (2017) bahwa kepuasan pelanggan dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi dengan kenyataan yang mereka terima. Artinya kepuasan konsumen akan terus muncul dan Kembali menggunakannya baik berupa jasa maupun produk pada aplikasi Halodoc.

Berdasarkan ahli tersebut diatas, penulis mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan upaya individu untuk memenuhi keinginan mendapatkan layanan Kesehatan pada aplikasi Halodoc dan berulang Kembali penggunaan pada layanan aplikasi Kesehatan Halodoc.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengguna aplikasi Kesehatan Halodoc semasa pandemic-19

Menurut Pratama (2021) bahwa masyarakat yang disegentasi memiliki tipe yang selalu ingin mengikuti trend, namun keinginan akan sesuatu yang dapat memudahkan

suatu hal dan juga tidak membuang waktu lebih banyak (Pratama 2021). Artinya masyarakat semasa pandemic-19 telah mengikuti trend atas promosi Halodoc yang memuat aktivitas untuk mengkomunikasikan sebuah produk dengan online untuk membeli dan menawarkan produk yang ditawarkan, sesuai dengan pendapat Amstrong (2001) bahwa promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan sebuah produk sehingga konsumen ingin membeli jasa atau produk tersebut. Trend berasal dari event yaitu acara sebuah kegiatan untuk menggerakkan konsumen sehingga banyak digunakan dan dipromosikan lalu menjadi trend tentang Halodoc.

Aplikasi Halodoc termasuk dalam golongan aplikasi kesehatan umum yang memberikan pelayanan yang lengkap dan beragam sehingga di dapatkan sampel yang lebih beragam yang dapat mewakili secara umum rakyat Indonesia dan juga Halodoc menjadi aplikasi kesehatan dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Pada riset awal yang dilakukan kepada 10 pengguna Halodoc, ditemukan adanya fenomena gap antara ekspektasi tingkat kepuasan pelanggan dengan tingkat kepuasan pelanggan (Cynthia & Innocentius, 2021).

Namun, Pengguna merasakan efektif dalam hal ini dilakukan untuk mengurangi aktivitas masyarakat di luar rumah, karena sesuai dengan harapan untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19, dengan demikian, Aplikasi ini banyak fitur dan kegunaannya seputar kesehatan, masyarakat bisa mendapat fasilitas layanan kesehatan antara lain konsultasi kesehatan melalui chat langsung ke dokter (chatbot) sesuai dengan keluhan jadi bisa memilih dokter sesuai dengan spesialisnya masing-masing, bisa membuat janji ketemu dengan dokter pilihan, layanan medis dan laboratorium, pembelian sekaligus pengantaran obat sampai rumah, dan masih banyak lagi jenis layanannya dari aplikasi tersebut.

Efektif bagi pengguna dimasa pandemic-19 bukan berarti pengguna mendapatkan kepuasan konsumen setelah menggunakan aplikasi Kesehatan Halodoc. Menurut Pratama (2021) dari hasil penelitiannya menunjukkan Aplikasi Halodoc untuk membuat target dapat menggunakan aplikasi Halodoc. Artinya bukan kepuasan konsumen sebagai target utamanya melainkan sebatas menggunakan Halodoc.

Pada chatbot aplikasi Halodoc terdapat penutup konsultasi yang sama dengan balasan pengguna kepada dokter (Dr. Maulia Wisda) aplikasi Halodoc, yaitu:

Jika tidak ada yang ditanyakan, saya mohon ijin akhiri sesi konsultasi ini. Semoga lekas sembuh Terimakasih telah menggunakan Halodoc. Mohon penilaian layanan di akhir sesi ini, Klik "Beri ulasan" setelah end chat untuk memberi thump up" Selanjutnya "*Rate your experience, thanks for your feedback*" "*End Consultation*".

Berdasarkan ulasan chatbot tersebut diatas, penulis dapat menginterpretasikan bahwa kalimat aplikasi doc terjadi secara berulang. Artinya Halodoc telah mencapai targetnya untuk digunakan oleh konsumen, akan tetapi belum terukur secara content dan accuracy, jika belum memenuhi atribut keinginan dan pelayanan aplikasi Kesehatan maka layak diukur dengan content dan accuracy chatbot aplikasi Kesehatan Halodoc.

2. Chatbot aplikasi Kesehatan

Menurut Hormansyah & Utama (2018) mengatakan bahwa:

“Chatbot adalah sebuah program komputer yang dirancang untuk mensimulasikan sebuah percakapan atau komunikasi yang interaktif kepada pengguna (manusia) melalui bentuk teks, suara, dan visual, Dengan adanya aplikasi tersebut para pengunjung dapat melakukan tanya jawab pada aplikasi untuk memberikan informasi yang terkait layanan kesehatan”.(Hormansyah and Utama 2018)

Pendapat ahli tersebut diatas mengandung artian bahwa layanan public bagi masyarakat di Indonesia khususnya dimasa pandemic-19 menggunakan Chatbot untuk mendapatkan layanan informasi khususnya konsultasi Kesehatan secara online (aplikasi).

Halodoc menjadi aplikasi yang paling banyak penggunanya, yang bersaing sangat ketat dengan pengguna Alodokter. Halodoc merupakan aplikasi yang didirikan oleh PT Media Dokter Investama sejak 2016 yang termasuk dalam kategori aplikasi kesehatan yang membantu masyarakat umum dalam mendapatkan akses ke layanan kesehatan, dengan jenis pelanggan yang beragam. Perkembangan jumlah pengguna aplikasi kesehatan di Indonesia berkembang sangat cepat didukung oleh pengguna smartphone di Indonesia terbesar ketiga di Asia Pasifik dan jumlah dokter yang masih tidak mencukupi di Indonesia, sehingga aplikasi kesehatan telemedicine menjadi sangat dibutuhkan (Sunjaya, dalam Fransiska,2021). Oleh karena itu untuk mengatasi masalah tersebut dapat dibuatkan sebuah sistem aplikasi yang dapat digunakan sebagai pengganti customer service berupa sistem aplikasi chatbot.(Hormansyah & Utama, 2018). Namun penggunaan Chatbot memerlukan basis internet online, yang pengguna lakukan ialah mendownload dan mendaftarkan diri ke akun aplikasi Kesehatan secara benar.

Secara empiris dibuktikan oleh Silalahi, Hartono, dan Tumpak (2018) mengenai profil dan preferensi pengguna aplikasi konsultasi dokter di Indonesia ditemukan aplikasi kesehatan dengan pengguna terbanyak adalah Halodoc (68,5%).(Silalahi et al., 2018).

Chatbot pada aplikasi Kesehatan Halodoc, dipilih penulis dikarenakan jika dilihat Selama pandemi mobilitas atau kegiatan masyarakat yang dulunya dilakukan di luar rumah menjadi dikurangi atau dibatasi, dan bahkan ada himbauan dari pemerintah untuk tidak keluar rumah. Jadi melakukan sesuatu dari rumah saja melalui dalam jaringan (biasa disebut dengan istilah “daring”) online, misalnya bekerja sektor kantor, rapat, beribadah, pembelajaran di sekolah-sekolah maupun perguruan tinggi, pemeriksaan kesehatan, belanja kebutuhan sehari-hari melalui jasa online termasuk juga obat-obatan dan vitamin yang dibutuhkan saat pandemi dan aplikasi Kesehatan Halodoc menjadi solusi semasa pandemic-19 dengan signifikan penggunanya sangat melonjak.(Hormansyah & Utama,2018).

Dengan demikian, lonjakan pengguna aplikasi Kesehatan Halodoc masih dapat terlayani, sehingga penulis tertarik melihat apa yang melayani dan mengantisipasi layanan pengguna yang lonjakan tinggi di masa pandemic-19. Jika Chatbot merupakan salah satu bentuk aplikasi *Natural Language Processing*, NLP itu sendiri merupakan salah satu bidang ilmu Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence*) yang mempelajari komunikasi antara manusia dengan komputer melalui bahasa alami.(Kusumadewi, 2003), maka sudah selayaknya dapat memenuhi keinginan pengguna untuk mendapatkan layanan Kesehatan semasa pandemic-19. Penulis membatasi penelitian ini dengan meninjau aplikasi Kesehatan Halodoc dari beberapa menu yang dapat diakses oleh pengguna.

Dalam hal ini peneliti akan membahas *content* dan *accuracy* aplikasi Halodoc sebagai aplikasi Kesehatan atas konsultasi konsumen dengan dokter Halodoc, yang ditinjau dari kepuasan konsumen yang berasal dari *content* dan *accuracy* pada aplikasi Kesehatan Halodoc.

3. Kepuasan konsumen

Berdasarkan bukti empiris dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Kondasani dan Panda (2015) menunjukkan kepuasan pelanggan memiliki dampak positif terhadap niat penggunaan kembali layanan Kesehatan. Hubungan positif antar kepuasan pelanggan dan keberlanjutan penggunaan juga ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Akter et al., (2010).

a. Content pada aplikasi Kesehatan Halodoc

Hipotesis 1 menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif Content atau Isi yang mengacu pada teori End-User Computing Satisfaction terhadap kepuasan pengguna dalam siklus pendapatan aplikasi Halodoc.

Berdasarkan hasil penelitian olah data path coefficients penelitian, diketahui bahwa t-statistics penelitian sebesar 1,853 atau $\geq 1,64$ serta p values penelitian sebesar 0,032 atau $> 0,05$. Berdasarkan nilai t-statistic dan p value penelitian, hipotesis 1 diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh positif Content atau Isi terhadap kepuasan pengguna dalam siklus pendapatan aplikasi Halodoc.

Hasil hipotesis ini sesuai dengan penelitian Azzahrah et al. (2020) yang menyebutkan bahwa isi informasi dari aplikasi Mobile E-Health berpengaruh terhadap kepuasan penggunanya. Maka dengan lengkapnya isi informasi yang diberikan dari aplikasi kesehatan Halodoc, akan mempengaruhi kepuasan penggunanya dalam mengakses aplikasi.

b. Accuracy pada aplikasi Kesehatan Halodoc

Hipotesis 2 menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif Accuracy atau Akurasi sebagai salah satu variabel End-User Computing Satisfaction terhadap kepuasan pengguna dalam siklus pendapatan aplikasi Halodoc.

Berdasarkan hasil penelitian olah data path coefficients penelitian, diketahui bahwa t-statistics penelitian sebesar 1,679 atau $\geq 1,64$ serta p values penelitian sebesar 0,032 atau $> 0,05$. Berdasarkan nilai t-statistics dan p values penelitian, hipotesis 2 diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh positif Accuracy atau Akurasi terhadap kepuasan pengguna dalam siklus pendapatan aplikasi Halodoc.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfiansyah et al. (2020) dalam mengevaluasi kepuasan pengguna Electronic Health Record di RSUPN Dr. Cipto Mangunkusumo, dimana dalam jurnalnya dinyatakan bahwa unsur informasi kesehatan haruslah berkualitas, yang mana ciri informasi berkualitas salah satunya adalah akurat, artinya data menggunakan nilai yang benar dan valid. Aplikasi kesehatan Halodoc pun perlu menyajikan informasi yang akurat terkait dengan informasi-informasi kesehatan yang akan diberikan kepada pengguna yang membutuhkan fasilitas kesehatan. Semakin akurat informasi-informasi yang diberikan oleh aplikasi, maka berdasarkan hipotesis ini, pengguna akan semakin puas dalam menggunakan aplikasi kesehatan Halodoc.

Berdasarkan hasil empiris tersebut diatas, penulis mengataan bahwa adanya hubungan content dan accuracy dengan kepuasan konsumen pada aplikasi kesehatan Halodoc, dimana kedua hubungan terjadi antara content dengan accuracy bernilai positif, bahwa content pada aplikasi Kesehatan sangat sesuai dengan keinginan konsumen sebagai pengguna, sedangkan accuracy pada aplikasi Kesehatan sangat jelas dan mudah di ikuti dalam layanan yang baik, dari kedua nya yaitu content dan accuracy memiliki hubungan yang erat, jika kedua yaitu content dan accuracy secara total dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang bernilai atribut terpenuhi keinginan, dan faktor lainnya dapat berasal dari efektifitas waktu konsumen selama menggunakan aplikasi Kesehatan Halodoc sebagai sarana konsultasi kesehatan.

D. SIMPULAN

1. Penerapan aplikasi Kesehatan bagi Pengguna aplikasi Kesehatan Halodoc dimasa pandemic-19 telah dilaksanakan dengan hasil yang meningkat tinggi, maka terbukti kepuasan konsumen menggunakan aplikasi Kesehatan Halodoc telah baik.
2. Pelaksanaan Chatbot pengguna pada aplikasi Kesehatan terlaksana dengan pertanyaan dan jawaban layanan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dari atribut keinginan secara baik
3. Tingkat Kepuasan konsumen pada penggunaan aplikasi Kesehatan Halodoc berasal dari content dan accuracy layanan positif pada aplikasi Kesehatan Halodoc sangat baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Panji Jaya Fadhel Pratama 2021 Perancangan Media Promosi Aplikasi Halodoc Designing Halodoc Application Promotion Media E-Proceeding Of Art & Design : Vol.8, No.2 April 2021 | Page 255
- Akter, S., Ray, P. & D'ambra, J. (2012). Continuance Of Mhealth Services At The Bottom Of The Pyramid: The Roles Of Service Quality And Trust. *Electronic Markets*, 23(1), 29-47. Doi: 10.1007/S12525-012-0091-5
- Alfiansyah, G., Fajeri, A. S., Santi, M. W., & Swari, S. J. (2020). Evaluasi Kepuasan Pengguna Electronic Health Record (Ehr) Menggunakan Metode Eucs (End User Computing Satisfaction) Di Unit Rekam Medis Pusat Rsupn Dr. Cipto Mangunkusumo. *Journal Of Health Research Forikes Voice*, 11(3), 258-263. [Http://ForikesEjournal.Com/Index.Php](http://ForikesEjournal.Com/Index.Php)
- Cynthia Fransiska & Innocentius Bernarto, 2021 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Keberlanjutan Penggunaan Pada Pengguna Aplikasi Kesehatan *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* Vol. 11. No. 2, 2021 (P-Issn 2338-9605; E-2655-206x)
- Dea Imarotunnisa Oktavia, Fortuna Zain Hamid & Ni Made Widhi S, 2020 Pengaruh Kredibilitas Perusahaan Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Penggunaan

Aplikasi Kesehatan Halodoc Series: Social And Humanities Vol. 6 No. 2 (2020) E-Issn: 2621-9794, P-Issn: 2477-2097

Dhebys Suryani Hormansyah & Yoga Putera Utama, 2018 Aplikasi Chatbot Berbasis Web Pada Sistem Informasi Layanan Publik Kesehatan Di Malang Dengan Menggunakan Metode Tf-Idf Volume 4, Edisi 3, Mei 2018

Farah Ayu Febiola & Didi Samanbud, 2022 Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Aplikasi Halodoc Dengan Menggunakan Metode Servqual Jimea | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi) Vol. 6 No. 2, 2022

Izzati, Vaya Annisa & Frimanto, Yuki, 2021 Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Kesehatan Halodoc Melalui Model End User Computing Satisfaction Selama Masa Pandemi Covid-19

Khadka, K., & Maharjan, S. (2017). Customer Satisfaction And Customer Loyalty Case Trivsel Städtjänster (Trivsel Siivouspalvelut) (Degree Program In Business Management). Centria University Of Applied Sciences.

Kondasani, R., & Panda, R. (2015). Customer Perceived Service Quality, Satisfaction And Loyalty In Indian Private Healthcare. International Journal Of Health Care Quality Assurance, 28(5), Pp.452-467. Doi: 10.1108/Ijhcqa-01-2015-0008

Philip Kotler & Grey Amstrong dan Philip, Kotler, 2001, Dasar-dasar Pemasaran, Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, Prenhalindo, Jakarta.

Serliyana Cindi Rosita & Ginanjar Rahmawan, 2022 Analisis Minat Masyarakat Menggunakan Aplikasi Halo Doc Dimasa Pandemi Covid-19 Juremi Vol.2 No.1 Juli 2022

Silalahi, R., Hartono, N., & Tumpak, M. (2018). Profile And Preferences Users Of Doctors Consultation Application In Indonesia. Iop Conference Series: Earth And Environmental Science, 195(1), 6. Doi: 10.1088/1755-1315/195/1/012069

Sri Kusumadewi. 2003. "Artificial Intelligence (Teknik Dan Aplikasinya)". Yogyakarta : Graha Ilmu

Nasution, M. N. 2005. "Manajemen Mutu Terpadu". Bogor, Ghalia Indonesia.