



STRATEGI DIGITALISASI DAN INOVASI TOKO EMAS CANTIK CILEDUG: Meningkatkan Daya Saing di Era Modern

Eka Heryani¹

¹Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon

e-mail: ekahryni@gmail.com

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima, 05 Desember 2024

Direvisi, 15 Desember 2024

Disetujui, 31 Desember 2024

KEYWORDS

Retail Business Digitalization

Business Strategy

Swot Analysis

Gold Shop

ABSTRACT

Digitalization has become an important step for many businesses, including traditional gold shops, to expand their market and remain competitive. This research focuses on Toko Emas Cantik Ciledug as a case study to understand how digitalization and innovation are implemented, while exploring relevant strategies for similar gold shops. Using descriptive qualitative methods and SWOT analysis, this research identified several key points. On the strength side, the store has a good reputation, friendly customer service, and is starting to utilize digital technology. However, there are weaknesses such as suboptimal system integration. Opportunities arise from the growth of e-commerce and government policy support, while threats come from intense competition and gold price fluctuations. The results show that the implementation of digitalization provides significant benefits, such as increased operational efficiency, wider market reach, and higher levels of customer satisfaction. Nonetheless, these stores need to face challenges by implementing strategies such as developing technology-based services, improving operational efficiency, and adding product variations to attract more customers. This research provides practical guidance for other traditional gold shops to utilize technology as an innovation tool, so as to adapt to changes in the digital era. With the right steps, traditional gold shops can survive, thrive and compete amidst the rapidly changing business landscape.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

KATA KUNCI

Digitalisasi Bisnis Ritel

Strategi Bisnis

Analisis Swot

Toko Emas

ABSTRAK

Digitalisasi telah menjadi langkah penting bagi berbagai jenis bisnis, termasuk toko emas tradisional, untuk memperluas pasar dan tetap bersaing. Penelitian ini berfokus pada Toko Emas Cantik Ciledug sebagai studi kasus untuk memahami bagaimana digitalisasi dan inovasi diterapkan, sekaligus mengeksplorasi strategi yang relevan bagi toko emas serupa. Dengan metode deskriptif kualitatif dan analisis SWOT, penelitian ini mengidentifikasi beberapa hal utama. Di sisi kekuatan, toko ini memiliki reputasi yang baik, layanan pelanggan yang ramah, dan mulai memanfaatkan teknologi digital. Namun, terdapat kelemahan seperti integrasi sistem yang belum optimal. Peluang muncul dari pertumbuhan e-commerce dan dukungan kebijakan pemerintah, sementara ancaman berasal dari persaingan yang ketat dan fluktuasi harga emas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

CORRESPONDING AUTHOR

Eka Heryani

Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon

ekahryni@gmail.com

penerapan digitalisasi memberikan manfaat yang signifikan, seperti peningkatan efisiensi operasional, jangkauan pasar yang lebih luas, dan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Meskipun demikian, toko ini perlu menghadapi tantangan dengan menerapkan strategi seperti pengembangan layanan berbasis teknologi, meningkatkan efisiensi operasional, dan menambah variasi produk untuk menarik lebih banyak pelanggan. Penelitian ini memberikan panduan praktis bagi toko emas tradisional lainnya untuk memanfaatkan teknologi sebagai alat inovasi, sehingga mampu beradaptasi dengan perubahan di era digital. Dengan langkah yang tepat, toko-toko emas tradisional dapat bertahan, berkembang, dan bersaing di tengah perubahan lanskap bisnis yang semakin cepat.

PENDAHULUAN

Digitalisasi di bisnis ritel sekarang menjadi tren besar yang terus berkembang. Perubahan ini tidak hanya soal memakai platform *e-commerce*, tetapi juga mencakup banyak inovasi untuk membuat pengalaman pelanggan lebih baik. Misalnya, toko emas sekarang bisa menjual produknya lewat platform online, sehingga bisa menjangkau pelanggan di luar daerah. Ada juga toko emas yang memberikan layanan seperti konsultasi desain perhiasan secara online melalui video call atau aplikasi. Selain itu, pembayaran digital seperti *e-wallet* dan *QRIS* juga mulai banyak digunakan, sehingga pelanggan punya lebih banyak pilihan yang praktis. Dengan teknologi ini, toko emas bisa lebih mudah mengelola stok barang mereka secara real-time, sehingga operasional lebih rapi dan efisien.

Di era modern, inovasi menjadi hal penting agar bisnis tetap bisa bersaing. Dengan persaingan yang semakin ketat dan pelanggan yang terus berubah kebutuhannya, inovasi membantu bisnis menciptakan layanan yang lebih menarik. Contohnya, bisnis bisa membuat katalog digital atau menyediakan sistem pembayaran melalui *e-wallet* yang semakin memudahkan pelanggan untuk berbelanja. Inovasi ini juga membantu mengurangi biaya operasional, mempercepat layanan, dan membuat pelanggan lebih puas. Selain itu, dengan mengikuti gaya hidup generasi muda yang suka transaksi online, bisnis bisa memperluas pasar hingga ke tingkat yang lebih luas, bahkan internasional.

Salah satu contoh bisnis yang berhasil menerapkan digitalisasi adalah Toko Emas Cantik Ciledug. Toko ini mulai menggunakan berbagai inovasi untuk tetap bersaing. Mereka menyediakan katalog digital yang bisa dilihat lewat media sosial atau platform online, sehingga pelanggan bisa memilih perhiasan tanpa harus datang ke toko. Toko ini juga menawarkan pembayaran digital, seperti lewat transfer bank atau *e-wallet*, yang membuat belanja jadi lebih mudah. Selain itu, Toko Emas Cantik Ciledug juga aktif berkomunikasi dengan pelanggan lewat media sosial untuk memberikan informasi promosi, menerima jual-beli via online, atau menjawab pertanyaan. Untuk menarik lebih banyak pelanggan, mereka juga menggunakan iklan digital yang efektif menjangkau pelanggan lokal dan luar kota.

Apa yang dilakukan Toko Emas Cantik Ciledug menunjukkan bahwa digitalisasi bisa membantu bisnis tradisional tetap bertahan. Dengan teknologi dan inovasi, mereka bisa memperluas pasar dan tetap kompetitif di tengah perkembangan zaman. Ini menjadi bukti bahwa adaptasi terhadap digitalisasi adalah kunci agar bisnis ritel tradisional tetap relevan dan berkembang.

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi inovatif yang tidak hanya berguna bagi Toko Emas Cantik Ciledug, tetapi juga bagi toko emas lainnya yang ingin meningkatkan daya saing di era digital. Analisis SWOT digunakan sebagai alat penting untuk memahami posisi bisnis, menghadapi tantangan, dan memanfaatkan peluang. Dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang,

dan ancaman, toko emas tradisional dapat merancang langkah-langkah yang sesuai agar tetap kompetitif.

Dengan memanfaatkan analisis SWOT secara maksimal, toko emas tradisional bisa merancang langkah strategis untuk beradaptasi di era digital. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi inspirasi dan panduan bagi toko emas lain untuk menerapkan inovasi yang serupa, memanfaatkan kekuatan mereka, dan mengatasi ancaman dengan solusi yang tepat. Dengan cara ini, penelitian ini tidak hanya bermanfaat untuk Toko Emas Cantik Ciledug tetapi juga membantu mendorong transformasi dalam sektor bisnis emas secara umum.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis bagaimana digitalisasi dan inovasi diterapkan di Toko Emas Cantik Ciledug. Analisis dilakukan menggunakan teknik SWOT. Penelitian ini melibatkan pemilik atau manajemen toko sebagai subjek penelitian, sementara fokusnya adalah pada strategi digitalisasi dan inovasi yang diterapkan dalam bisnis tersebut.

Data dikumpulkan melalui tiga metode utama. Pertama, wawancara mendalam dilakukan dengan pemilik atau manajemen serta karyawan toko untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang muncul selama proses digitalisasi. Kedua, observasi langsung digunakan untuk melihat bagaimana strategi digitalisasi dan inovasi dijalankan dalam aktivitas sehari-hari di toko. Ketiga, studi dokumen dilakukan dengan menganalisis data berupa foto katalog digital maupun video pemasaran serta respon publik terhadap konten sosial media Toko Emas Cantik Ciledug.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan SWOT. Analisis ini mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), seperti kualitas produk atau reputasi toko yang baik, dan kelemahan (*weaknesses*), seperti keterbatasan sumber daya atau teknologi. Selain itu, peluang (*opportunities*) juga dievaluasi, misalnya tren belanja online atau teknologi baru yang mendukung bisnis, serta ancaman (*threats*) seperti persaingan yang ketat atau perubahan regulasi. Dengan analisis ini, penelitian memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana digitalisasi dan inovasi dapat memperkuat daya saing Toko Emas Cantik Ciledug di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

TINJAUAN LITERATUR

Digitalisasi dalam Bisnis Tradisional

Digitalisasi dalam bisnis berarti penggunaan teknologi untuk mengubah cara kerja manual menjadi otomatis. Proses ini membuat pekerjaan lebih cepat, efisien, dan mendorong inovasi baru. Dengan digitalisasi, interaksi antara pelanggan dan bisnis menjadi lebih mudah, pasar yang bisa dijangkau semakin luas, dan bisnis tradisional lebih cepat beralih ke platform digital (Harli, 2019). Dalam bisnis ritel dan usaha kecil (UMKM), digitalisasi melibatkan hal-hal seperti penjualan lewat *e-commerce*, pembayaran digital, sistem pengelolaan stok berbasis teknologi, dan pemasaran lewat media digital. Perubahan ini didorong oleh semakin banyaknya masyarakat Indonesia yang menggunakan teknologi, termasuk dompet digital (*e-wallet*) untuk transaksi sehari-hari (Usman et al., 2019).

Dampak Digitalisasi untuk Ritel dan UMKM

Digitalisasi membawa banyak pengaruh pada bisnis ritel dan UMKM. Ada peluang besar yang terbuka, tetapi juga tantangan yang harus dihadapi. Beberapa dampaknya adalah:

1. Akses Pasar Lebih Luas
Digitalisasi memungkinkan UMKM menjual produk mereka ke lebih banyak orang lewat platform *e-commerce*. Ini membantu meningkatkan pendapatan dan membuat bisnis berkembang lebih cepat (Hermanda, 2019).
2. Operasional Lebih Efisien

- Teknologi seperti sistem stok berbasis digital dan pembayaran otomatis membuat pekerjaan lebih cepat dan biaya operasional lebih rendah (Aryanto & Chrismastuti, 2011).
3. Perubahan Kebiasaan Pelanggan
Pelanggan sekarang lebih suka belanja online karena lebih mudah, cepat, dan sering kali lebih murah dibandingkan belanja langsung.
 4. Persaingan Semakin Ketat
Digitalisasi membuat persaingan semakin sulit, terutama antara bisnis tradisional dan modern. UMKM yang tidak cepat beradaptasi dengan teknologi bisa kehilangan pelanggan (Febri et al., 2019).
 5. Mendukung Pemulihan Ekonomi
Teknologi seperti layanan perbankan digital membantu UMKM tetap bertahan, terutama selama pandemi COVID-19, sehingga bisa terus berkembang di era ekonomi digital (Satriyo et al., 2022).

Inovasi dalam Bisnis Ritel

Inovasi adalah cara penting bagi bisnis tradisional untuk terus berkembang dan menghadapi tantangan baru. Inovasi ini mencakup usaha menciptakan atau memperbaiki produk, proses kerja, hingga layanan yang ditawarkan agar lebih relevan dengan perubahan zaman (Amabela, 2019). Di Indonesia, banyak bisnis tradisional yang perlu berinovasi karena kemajuan teknologi dan perubahan selera konsumen. Contohnya, PT. Pos Indonesia berhasil tetap bersaing dengan layanan pengiriman swasta melalui penerapan teknologi dan strategi pemasaran baru yang lebih modern (Mayangsari, 2013).

Lebih dari sekadar perubahan internal, inovasi juga melibatkan kerja sama berbagai pihak. Pemerintah, akademisi, dan pelaku industri dapat membangun ekosistem inovasi yang saling mendukung. Dengan kolaborasi ini, bisnis tradisional dapat lebih mudah beradaptasi dan menciptakan nilai tambah yang membedakan mereka dari pesaing (Gustina, 2013).

Inovasi sangat erat hubungannya dengan daya saing bisnis. UMKM di Indonesia, misalnya, banyak yang berhasil meningkatkan daya saing mereka dengan melakukan inovasi pada produk. Dengan menciptakan produk unik yang berbeda dari pesaing, mereka bisa menarik perhatian lebih banyak pelanggan dan memperkuat posisi mereka di pasar. Penelitian di Desa Petak Gianyar, Bali, menunjukkan bahwa inovasi produk yang konsisten dapat membantu UMKM meningkatkan kemampuan pemasaran mereka, sehingga bisnisnya lebih unggul (Dewi et al., 2022).

Di sektor ritel tradisional, inovasi tidak hanya sekadar memperbaiki produk tetapi juga menciptakan strategi baru untuk menghadapi persaingan. Bisnis yang kreatif dan inovatif lebih mudah menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis, baik dalam skala lokal maupun internasional. Dengan begitu, mereka bisa mempertahankan pelanggan lama sekaligus menarik yang baru (Hutabarat, 2016).

Inovasi adalah kunci bagi bisnis tradisional untuk tetap relevan di era modern. Melalui inovasi pada produk, proses kerja, atau teknologi, bisnis tradisional dapat bertahan menghadapi tantangan dari pesaing yang lebih modern. Tidak hanya itu, strategi inovasi yang terus dikembangkan dengan pendekatan kreatif bisa membantu menciptakan keunggulan yang sulit ditiru oleh kompetitor. Dengan mengutamakan inovasi, bisnis tradisional memiliki peluang besar untuk berkembang dan menjadi lebih kompetitif di masa depan.

Daya Saing di Era Digital

Daya saing bisnis bisa dilihat dari beberapa faktor penting, yaitu:

1. Produktivitas: Mengukur seberapa efisien sebuah bisnis dalam menggunakan sumber daya untuk menghasilkan produk atau layanan. Di Indonesia, meningkatkan produktivitas adalah salah satu cara utama untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan bersaing di tingkat internasional (Asnawi, 2018).

2. Inovasi: Kemampuan bisnis untuk menciptakan atau menggunakan produk, layanan, atau cara kerja baru. Hal ini membantu bisnis tampil berbeda dan menarik di pasar yang penuh persaingan (Pratiwi et al., 2019).
3. Penggunaan Teknologi: Bisnis yang memanfaatkan teknologi, seperti sistem informasi atau komunikasi digital, memiliki peluang lebih besar untuk berkembang di era modern (Herlia, 2019).
4. Keunggulan Komparatif: Dalam bidang tertentu, seperti agribisnis, daya saing bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti luas lahan, jumlah produksi, atau nilai tukar mata uang yang mendukung ekspor (Ginting et al., 2021).

Teknologi memainkan peran besar dalam membuat bisnis lebih kompetitif, baik di dalam negeri maupun internasional. Beberapa manfaat teknologi bagi bisnis adalah:

1. Meningkatkan Efisiensi: Dengan teknologi, bisnis bisa mengotomatisasi proses kerja, mengurangi biaya, dan meningkatkan hasil produksi.
2. Memperluas Pasar: Teknologi, seperti *e-commerce*, memungkinkan bisnis menjangkau konsumen dari berbagai daerah bahkan negara.
3. Pemantauan dan Inovasi: Teknologi memudahkan bisnis untuk memantau kinerja secara langsung dan menemukan peluang baru untuk mengembangkan produk atau layanan.
4. Penerapan Teknologi Canggih: Teknologi seperti *Internet of Things (IoT)* atau kecerdasan buatan (*AI*) telah membawa perubahan besar di berbagai industri dan membantu meningkatkan ekonomi Indonesia (Yusuf, 2021).

Kemampuan untuk meningkatkan daya saing bisnis di era digital sangat bergantung pada penggunaan teknologi, inovasi, dan peningkatan produktivitas. Dengan teknologi, bisnis tidak hanya bisa bekerja lebih efisien tetapi juga memperluas pasar dan menciptakan keunggulan dibandingkan pesaing. Transformasi teknologi menjadi langkah penting bagi bisnis di Indonesia untuk tetap relevan dan bersaing di pasar global.

SWOT dalam Analisis Bisnis

SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah alat analisis yang membantu bisnis memahami faktor-faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal seperti peluang dan ancaman. Alat ini sering digunakan untuk membuat strategi pemasaran yang tepat, seperti memanfaatkan keunggulan bisnis, memperbaiki kelemahan, mengambil peluang, dan menghadapi ancaman di pasar.

Dalam penelitian (GS, 2018) Pada PT. Bank Muamalat, SWOT digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan seperti produk berbasis nilai-nilai Islam, kelemahan berupa kurangnya inovasi produk, peluang dari besarnya pasar Indonesia, serta ancaman persaingan dengan bank konvensional. Berdasarkan analisis ini, bank dianjurkan untuk mengembangkan produk inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan memperluas jangkauan layanan agar tetap kompetitif.

Penelitian oleh (Salsabila, 2018) menyoroti PT. Aerofood Indonesia yang memanfaatkan SWOT untuk menyusun strategi pemasaran di sektor katering penerbangan. Dengan memanfaatkan kekuatan internal perusahaan dan mengelola ancaman eksternal, mereka berhasil memperkuat citra merek dan meningkatkan daya saing di pasar global. Pendekatan ini membantu perusahaan memperluas jaringan dan menjangkau pelanggan internasional, menjadikannya salah satu pelaku utama di industri katering penerbangan. Strategi ini menunjukkan bagaimana SWOT dapat membantu perusahaan dari berbagai sektor untuk tetap kompetitif di pasar yang terus berkembang.

SWOT adalah alat yang sangat berguna dan mudah diterapkan, termasuk untuk bisnis seperti toko emas. Dengan SWOT, Toko Emas Cantik Ciledug bisa memahami keunggulannya, seperti kepercayaan pelanggan dan kemampuan menjangkau pasar digital, sambil mencari solusi untuk kelemahan seperti ketergantungan pada pasar lokal. SWOT juga dapat membantu bisnis menyusun strategi untuk tetap bersaing di pasar yang terus berubah.

DISKUSI HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT di Toko Emas Cantik Ciledug

1. Keuatan (*strengths*)

Toko Emas Cantik Ciledug, yang sudah berdiri sejak tahun 1999, dikenal sebagai salah satu toko emas toko emas terpercaya. Dengan reputasi yang baik di masyarakat sekitar, toko ini menjadi pilihan utama pelanggan untuk kebutuhan investasi dan perhiasan emas berkualitas. Pelayanannya yang ramah dan profesional membuat pelanggan merasa puas, tidak hanya dari segi produk, tetapi juga pengalaman berbelanjanya.

Mengikuti perkembangan teknologi, Toko Emas Cantik Ciledug terus berinovasi dengan mengadopsi sistem digital untuk meningkatkan pelayanan dan operasional. Salah satu langkah pentingnya adalah menyediakan aplikasi transaksi digital, yang memungkinkan pelanggan membayar melalui *software* atau transfer bank. Fasilitas ini membuat transaksi lebih mudah dan cepat, memberikan pengalaman belanja yang lebih modern.

Selain itu, toko ini juga menggunakan *software* khusus untuk mengelola stok, transaksi, dan data pelanggan secara lebih efisien. Dengan sistem ini, layanan kepada pelanggan menjadi lebih terorganisir dan akurat, yang semakin memperkuat kepercayaan pelanggan. Toko Emas Cantik Ciledug juga menawarkan program loyalitas seperti kartu member yang memberikan berbagai keuntungan, seperti layanan cuci emas gratis, potongan biaya servis, pengumpulan poin, hadiah langsung, hingga penghargaan khusus bagi pelanggan setia dan loyal (*top spender*). Beragam promosi bulanan dan undian yang rutin diadakan menciptakan antusiasme dan keterlibatan pelanggan yang tinggi.

Toko Emas Cantik Ciledug terus berinovasi untuk memperkuat posisinya sebagai pelopor dalam bisnis perhiasan tradisional dengan mengadopsi fitur "*s-paylater*," yang sedang populer di kalangan konsumen digital. Fitur ini memungkinkan pelanggan membeli emas dengan cara yang lebih fleksibel, yaitu melalui cicilan, tanpa harus membayar penuh di awal.

Adanya *s-paylater* memberikan beberapa keuntungan penting bagi toko. Pertama, fitur ini mampu menarik perhatian generasi milenial dan *Gen Z*, yang lebih menyukai metode pembayaran fleksibel. Dengan menyediakan opsi ini, toko tidak hanya melayani pelanggan lama, tetapi juga memperluas jangkauan pasarnya ke segmen muda yang lebih akrab dengan teknologi digital.

Selain itu, fitur ini juga mendorong peningkatan nilai transaksi. Pelanggan yang sebelumnya ragu untuk membeli produk mahal, seperti emas batangan atau perhiasan premium, kini lebih terdorong bertransaksi karena kemudahan pembayaran yang ditawarkan. Akibatnya, nilai rata-rata pembelian pelanggan pun meningkat.

Untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, Toko Emas Cantik Ciledug memanfaatkan platform *e-commerce* dan layanan pengiriman, sehingga pelanggan dari berbagai daerah bisa membeli maupun menjual produk emas tanpa harus datang langsung ke toko. Toko ini juga aktif mempromosikan produknya melalui katalog digital dan media sosial, yang membantu menarik pelanggan baru sekaligus menjaga hubungan baik dengan pelanggan lama.

Dengan kombinasi pengalaman tradisional dan inovasi digital, Toko Emas Cantik Ciledug berhasil menjadi salah satu pelopor transformasi toko emas tradisional ke era modern. Langkah ini tidak hanya memperkuat posisi toko di pasar lokal tetapi juga menunjukkan bagaimana bisnis tradisional bisa berkembang di era digital. Mengikuti perkembangan tren digital ini juga menunjukkan bahwa Toko Emas Cantik Ciledug berkomitmen untuk terus beradaptasi dengan kebutuhan pasar. Langkah ini semakin memperkuat citra toko sebagai bisnis modern yang responsif terhadap perubahan dan kebutuhan pelanggan.

2. Kelemahan (*weaknesses*)

Toko Emas Cantik Ciledug menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan daya saingnya di era modern. Salah satu kelemahan utamanya adalah keterbatasan dalam hal produk, toko ini menghadapi keterbatasan karena dominasi stok emas muda, sementara pelanggan yang mencari produk emas tua atau klasik memiliki pilihan terbatas. Selain itu, toko belum mampu melayani pesanan model khusus yang lebih spesifik, yang membuatnya kurang menarik bagi pelanggan tertentu. Masalah lainnya adalah sistem penjualan emas muda yang tidak selalu mengikuti harga pasar, yang dapat menimbulkan keraguan di kalangan pelanggan mengenai transparansi harga.

Secara operasional, efisiensi toko juga terganggu karena pembelian dan penjualan emas dilakukan di ruang yang sama, yang menyebabkan proses transaksi menjadi kurang nyaman. Tantangan lain terletak pada profitabilitas yang belum stabil dari tahun ke tahun, yang menunjukkan perlunya pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Toko ini juga masih bergantung pada satu lokasi tanpa cabang di kota lain, sehingga kurang kompetitif dibandingkan dengan pesaing yang memiliki jaringan lebih luas.

Proses cuci dan servis emas di Toko Emas Cantik Ciledug yang memakan waktu hingga tiga hari juga menjadi salah satu kelemahan dalam operasionalnya. Waktu pengerjaan yang lama ini bisa menjadi sumber ketidakpuasan pelanggan, terutama bagi mereka yang membutuhkan hasil cepat untuk keperluan mendesak seperti menghadiri acara atau kebutuhan pribadi lainnya.

Ada beberapa alasan yang mendasari lamanya proses ini. Pertama, teknologi atau peralatan yang digunakan mungkin masih bersifat konvensional, sehingga proses pengerjaan menjadi lebih lambat. Kedua, kapasitas kerja yang terbatas, baik dari segi tenaga kerja maupun fasilitas, dapat menyebabkan antrean panjang ketika permintaan layanan meningkat. Selain itu, toko mungkin mengutamakan kualitas hasil layanan, sehingga pengerjaan dilakukan dengan teliti dan hati-hati untuk memastikan kepuasan pelanggan, meskipun hal ini membutuhkan waktu lebih lama. Namun, toko juga belum menyediakan layanan ekspres untuk pelanggan yang membutuhkan hasil dalam waktu singkat, sehingga semua pesanan diproses dengan waktu yang sama tanpa prioritas khusus.

Akibatnya, beberapa pelanggan yang membutuhkan layanan cepat mungkin merasa kurang puas dan memilih mencari alternatif di toko lain yang menawarkan pengerjaan lebih cepat. Hal ini juga dapat menyebabkan toko kehilangan peluang pasar, terutama dari pelanggan yang bersedia membayar lebih untuk layanan dengan waktu pengerjaan yang lebih singkat.

Terakhir, Meskipun Toko Emas Cantik Ciledug telah mengadopsi sistem digital, sebagian pelanggan lama masih menghadapi kesulitan dalam beradaptasi dengan teknologi ini. Pelanggan yang tidak terbiasa menggunakan platform digital sering kali merasa kesulitan untuk mengakses informasi tentang produk atau promo menarik yang disediakan oleh toko. Misalnya, promo khusus seperti diskon 20% untuk pembelian melalui aplikasi hanya dapat dimanfaatkan oleh mereka yang memahami cara menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini membuat pelanggan lama, yang lebih nyaman dengan cara tradisional seperti mendapatkan informasi melalui brosur atau langsung dari kasir, merasa tidak terjangkau oleh penawaran tersebut.

Selain itu, kurangnya interaksi pelanggan lama dengan media promosi digital seperti *e-commerce* atau platform media sosial juga menjadi tantangan. Sebagian pelanggan mungkin tidak memiliki akun di platform seperti Instagram atau TikTok, yang sering digunakan toko untuk menjalankan kampanye pemasaran. Contohnya, toko yang mengadakan sesi *live shopping* di TikTok dengan penawaran spesial mungkin hanya menarik perhatian pelanggan yang akrab dengan platform tersebut, sementara pelanggan lama yang tidak menggunakan TikTok kehilangan kesempatan untuk menikmati promo tersebut. Situasi ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih inklusif agar semua pelanggan, baik yang digital maupun tradisional, tetap dapat merasakan manfaat dari inovasi toko.

3. Peluang (*opportunities*)

Toko Emas Cantik Ciledug memiliki berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing dan mengembangkan bisnisnya di era digital. Salah satu peluang terbesar adalah pertumbuhan platform *e-commerce*, yang memungkinkan toko menjangkau pelanggan dari seluruh Indonesia, bahkan hingga ke luar negeri. Tren konsumen yang semakin nyaman dengan transaksi online juga membuka kesempatan bagi toko untuk memperluas pasar dengan cara yang lebih modern.

Selain itu, dukungan dari pemerintah, seperti pelatihan digitalisasi dan subsidi untuk UMKM, memberikan kemudahan bagi toko dalam mempercepat proses transformasi digital. Kemajuan teknologi, seperti fitur *Augmented Reality (AR)* yang memungkinkan pelanggan mencoba perhiasan secara virtual, juga dapat diadopsi oleh Toko Emas Cantik Ciledug agar meningkatkan pengalaman belanja mereka dan memberikan keunggulan kompetitif bagi toko.

Peluang ekspansi pasar juga sangat menjanjikan, mengingat semakin banyak masyarakat yang melihat emas sebagai aset investasi jangka panjang. Toko dapat memanfaatkan peluang ini dengan menjalin kerja sama dengan platform *e-commerce* besar atau marketplace khusus perhiasan untuk memperluas distribusi produknya. Tidak hanya itu, toko juga bisa mulai mengeksplorasi pasar internasional, seperti ASEAN, dengan memanfaatkan logistik nasional yang sudah mendukung pengiriman secara luas.

Dalam hal produk dan layanan, toko memiliki kesempatan untuk menambah koleksi emas tua, menawarkan perhiasan custom, dan menciptakan koleksi premium untuk menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, layanan khusus, seperti pembuatan perhiasan sesuai pesanan atau diskon paket bundling untuk acara tertentu seperti pernikahan, dapat meningkatkan daya tarik toko di berbagai segmen pasar.

Perubahan tren sosial juga membuka peluang baru, seperti popularitas emas sebagai hadiah untuk acara-acara khusus atau tren perhiasan minimalis yang digemari generasi muda. Untuk mendukung pemasaran, toko dapat memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk membuat kampanye kreatif yang menjangkau audiens lebih luas. Di sisi operasional, mengadopsi sistem otomatis untuk pengelolaan stok dan layanan pelanggan dapat meningkatkan efisiensi dan memperkuat bisnis.

Dengan memanfaatkan peluang ini secara maksimal, Toko Emas Cantik Ciledug dapat terus tumbuh, memperkuat posisinya di pasar, dan memberikan layanan yang lebih baik bagi pelanggan. Strategi inovatif dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar akan menjadi kunci untuk mencapai keberhasilan jangka panjang.

4. Ancaman (*threats*)

Toko Emas Cantik Ciledug menghadapi berbagai tantangan yang dapat memengaruhi keberlangsungan operasionalnya di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Salah satu ancaman utama datang dari persaingan pasar, baik dengan platform *e-commerce* besar yang memiliki modal kuat dan teknologi canggih, maupun dari toko emas lokal yang kini juga mulai beralih ke digitalisasi. Hal ini membuat persaingan menjadi semakin ketat di level nasional maupun lokal.

Dari segi teknologi, risiko keamanan data menjadi perhatian penting. Kebocoran data pelanggan atau peretasan dapat merusak kepercayaan konsumen dan citra toko. Selain itu, ketergantungan pada teknologi berarti gangguan seperti server down atau sistem yang bermasalah bisa mengganggu kelancaran operasional toko. Perubahan teknologi yang cepat juga menuntut toko untuk terus berinvestasi dalam pembaruan sistem, yang tentu membutuhkan sumber daya finansial dan teknis yang tidak sedikit.

Salah satu ancaman lain yang dapat memengaruhi kelangsungan bisnis Toko Emas Cantik Ciledug adalah risiko penipuan dalam transaksi, baik di toko fisik maupun melalui platform digital. Penipuan ini bisa muncul dalam berbagai bentuk, termasuk

penyalahgunaan identitas digital, di mana akun pelanggan diretas atau digunakan tanpa izin. Jika hal ini terjadi, pelanggan bisa kehilangan kepercayaan pada keamanan platform toko, sehingga enggan untuk kembali bertransaksi.

Selain itu, skeptisisme pelanggan terhadap keamanan transaksi bisa menjadi tantangan besar. Meskipun toko sudah berusaha meningkatkan layanan, jika ada insiden penipuan, pelanggan mungkin tetap merasa ragu untuk membeli, terutama dalam jumlah besar atau untuk produk bernilai tinggi seperti emas. Penipuan juga berpotensi menyebabkan kerugian finansial, baik bagi pelanggan yang kehilangan uangnya maupun bagi toko yang harus menangani komplain atau pengembalian dana.

Dampak lain yang tidak kalah penting adalah rusaknya reputasi toko. Dalam bisnis seperti perhiasan, di mana kepercayaan adalah kunci utama, reputasi yang buruk dapat membuat pelanggan beralih ke pesaing. Untuk memulihkan citra yang sudah rusak, toko harus mengeluarkan biaya dan waktu yang tidak sedikit, termasuk dalam kampanye pemasaran dan membangun kembali hubungan dengan pelanggan. Ancaman ini menunjukkan betapa pentingnya toko untuk terus memperkuat sistem keamanannya dan menjaga kepercayaan pelanggan dalam setiap transaksi.

Ketidakpastian ekonomi global juga menambah tantangan. Fluktuasi harga emas yang dipengaruhi kondisi ekonomi dunia dapat memengaruhi daya beli konsumen. Harga emas yang tidak stabil sering kali menyulitkan toko dalam menetapkan harga yang kompetitif dan menarik. Selain itu, perubahan regulasi pemerintah, seperti kebijakan pajak atau aturan perdagangan emas, dapat memengaruhi biaya operasional dan margin keuntungan toko.

Ancaman lain muncul dari perubahan preferensi konsumen. Beberapa pelanggan mungkin lebih memilih platform besar dengan pilihan produk yang lebih beragam, atau bahkan beralih ke logam mulia alternatif seperti perak dan platinum. Selain itu, isu etika dan lingkungan juga menjadi perhatian, terutama di kalangan konsumen yang peduli pada praktik penambangan emas yang berkelanjutan.

Tidak hanya itu, kenaikan biaya operasional, seperti logistik, promosi digital, dan sewa tempat, juga dapat menekan keuntungan toko. Dalam jangka panjang, toko harus mampu mengelola ancaman ini dengan strategi yang adaptif dan inovatif. Misalnya, berinvestasi dalam keamanan data, memonitor tren pasar untuk menyesuaikan harga dan layanan, serta mengikuti regulasi baru yang berlaku. Dengan pendekatan yang proaktif, toko dapat mempertahankan daya saing dan tetap relevan di pasar yang dinamis ini.

Implikasi dari Analisis SWOT terhadap Strategi Digitalisasi

1. Strategi Penguatan Kekuatan dan Pengurangan Kelemahan

Berdasarkan hasil analisis SWOT, Toko Emas Cantik Ciledug memiliki peluang besar untuk memperkuat strategi digitalisasinya dengan memanfaatkan reputasi dan kepercayaan pelanggan yang telah dibangun. Loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan dengan mengintegrasikan program kartu member ke platform digital, seperti aplikasi atau dompet elektronik. Melalui ini, pelanggan dapat menikmati kemudahan mengakses promo, poin loyalitas, dan keuntungan eksklusif yang lebih personal.

Untuk memperluas jangkauan pasar Adaptasi terhadap inovasi relevan, seperti teknologi AR, layanan pengiriman ekspres, dan analisis data, juga dapat memperkuat daya saing toko. Dengan mengembangkan fitur teknologi seperti *try-before-you-buy* berbasis *Augmented Reality (AR)* juga bisa digunakan agar pelanggan dapat mencoba perhiasan secara virtual, memberikan pengalaman belanja yang lebih menarik dan interaktif. Serta dengan mempercepat layanan pengiriman lintas wilayah, toko dapat memberikan nilai tambah kepada pelanggan.

Untuk mengatasi kelemahan, Toko Emas Cantik Ciledug menghadapi beberapa tantangan yang dapat diatasi dengan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing di era digital. Salah satunya keterbatasan pilihan produk, seperti kurangnya variasi emas tua

atau desain khusus, juga perlu diperhatikan. Diversifikasi produk dengan menambah koleksi baru dan bermitra dengan pengrajin emas untuk menciptakan desain unik dapat menjadi langkah efektif untuk menarik lebih banyak pelanggan. Tantangan lain yang sering dihadapi adalah keterbatasan ruang di toko dan layanan yang membutuhkan waktu lama, seperti cuci emas. Untuk mengatasinya, toko dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dengan menyediakan ruang khusus transaksi dan menawarkan layanan cepat untuk pelanggan yang membutuhkan hasil instan.

Ketergantungan pada satu lokasi fisik juga menjadi hambatan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Strategi ekspansi melalui *e-commerce* dapat menjadi solusi efektif untuk menjual produk ke berbagai daerah tanpa perlu membuka cabang baru. Sementara itu, pelanggan lama yang kurang familiar dengan teknologi juga membutuhkan perhatian khusus. Edukasi tentang penggunaan platform digital dan pendekatan hybrid yang menggabungkan metode tradisional (brosur, spanduk) dan digital dapat membantu mereka beradaptasi tanpa merasa terbebani.

2. Pemanfaatan Peluang untuk Mendukung Pertumbuhan Bisnis

Toko Emas Cantik Ciledug memiliki berbagai peluang besar untuk mengembangkan usahanya di era digital. Salah satu peluang utama adalah pertumbuhan platform *e-commerce*, yang memungkinkan toko menjangkau pelanggan dari berbagai wilayah, bahkan hingga pasar internasional. Dengan bekerja sama dengan marketplace lain seperti bukalapak, blibli atau Lazada, toko dapat memperluas distribusi produknya. Selain itu, pengembangan website atau aplikasi toko dengan fitur pembayaran online dan pelacakan pengiriman juga akan memudahkan pelanggan (Nurchayyo, 2020). Tak hanya itu, peluang ekspansi ke pasar internasional, khususnya di kawasan ASEAN, juga terbuka melalui platform global seperti Amazon dan eBay.

Peluang lainnya adalah diversifikasi produk untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Dengan menambah koleksi emas minimalis, desain custom, atau perhiasan untuk acara tertentu, toko dapat menarik pelanggan baru. Paket bundling untuk acara khusus atau koleksi premium juga dapat menjadi daya tarik bagi pelanggan kelas atas. Selain itu, tren sosial seperti popularitas perhiasan minimalis di kalangan anak muda membuka peluang bagi toko untuk menjangkau generasi milenial dan *Gen Z*. Kampanye kreatif di media sosial seperti Instagram dan TikTok, live shopping, serta kerja sama dengan influencer dapat meningkatkan visibilitas produk.

3. Mitigasi Ancaman Melalui Inovasi dan Adaptasi

Toko Emas Cantik Ciledug menghadapi beberapa tantangan dalam mengadopsi digitalisasi, sehingga memerlukan strategi khusus untuk tetap kompetitif. Persaingan dengan *e-commerce* besar dan toko lokal lain yang juga mendigitalisasi layanan mereka dapat mengancam pangsa pasar. Oleh karena itu, toko perlu menonjolkan keunikan layanan, seperti program loyalitas khusus atau layanan custom, serta meningkatkan pengalaman pelanggan baik di toko fisik maupun online. Promosi kreatif melalui media sosial juga penting untuk menarik perhatian dan memperkuat merek.

Selain itu, risiko keamanan data dan ancaman penipuan menjadi perhatian utama. Untuk mengatasi hal ini, toko perlu memperkuat sistem keamanan dengan teknologi seperti enkripsi data dan otentikasi dua faktor. Edukasi kepada pelanggan tentang cara bertransaksi aman juga dapat meningkatkan kepercayaan mereka. Jika terjadi insiden, respons cepat dan transparan akan membantu memulihkan reputasi.

Fluktuasi harga emas dan ketidakpastian ekonomi juga dapat memengaruhi daya beli pelanggan. Toko dapat mengatasinya dengan menawarkan program seperti cicilan atau promo khusus, serta menambahkan koleksi logam mulia lain seperti perak atau platinum untuk memenuhi preferensi pelanggan yang beragam. Dengan memanfaatkan data analitik, toko juga dapat memantau tren pasar dan menyesuaikan strategi harga secara fleksibel.

Biaya operasional yang meningkat, seperti logistik dan promosi digital, memerlukan efisiensi dalam manajemen bisnis. Penggunaan teknologi otomatisasi dalam pengelolaan stok dan transaksi dapat membantu mengurangi pengeluaran, sementara kampanye pemasaran harus difokuskan pada platform yang memberikan hasil maksimal. Kerja sama dengan mitra logistik dan pemasok juga dapat membantu menekan biaya.

Perubahan preferensi konsumen menjadi tantangan lain yang harus dihadapi. Untuk itu, toko perlu mengikuti tren, seperti menawarkan koleksi perhiasan minimalis yang diminati generasi muda. Interaksi langsung dengan pelanggan, misalnya melalui sesi belanja *live*, dapat membangun hubungan yang lebih baik. Informasi transparan mengenai asal-usul emas juga dapat menarik pelanggan yang peduli dengan etika dan lingkungan.

Terakhir, perubahan regulasi pemerintah terkait perdagangan emas bisa berdampak pada operasional toko. Oleh karena itu, toko harus selalu mengikuti peraturan terbaru dengan melibatkan konsultan hukum dan pajak. Bergabung dengan asosiasi industri juga dapat membantu toko beradaptasi dan memberikan masukan pada kebijakan yang mendukung UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa Toko Emas Cantik Ciledug memiliki posisi yang kuat di pasar, namun juga menghadapi sejumlah tantangan yang perlu dihadapi agar bisa terus berkembang. Beberapa kekuatan utama toko ini adalah reputasi yang baik sejak 1999, pelayanan yang ramah, serta adopsi teknologi digital yang memudahkan transaksi dan manajemen stok. Fitur unggulan pembayaran fleksibel seperti *s-paylater* juga membantu menarik pelanggan muda dan meningkatkan nilai transaksi. Selain itu, keberadaan toko di platform *e-commerce* dan media sosial memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

Namun, toko ini juga menghadapi kelemahan seperti integrasi sistem digital yang belum sepenuhnya optimal, serta masalah operasional seperti waktu pengerjaan cuci dan servis yang lama. Produk yang terbatas dan ketidaktransparanan harga juga dapat mengurangi kepercayaan pelanggan. Lokasi yang terbatas tanpa cabang juga menjadi tantangan dalam memperluas pasar.

Toko ini memiliki peluang besar, terutama dengan pertumbuhan *e-commerce* dan permintaan transaksi online yang semakin meningkat. Dukungan pemerintah dalam digitalisasi serta kemajuan teknologi seperti *Augmented Reality (AR)* juga membuka jalan untuk pengalaman belanja yang lebih menarik. Selain itu, memperluas pilihan produk dan layanan yang lebih personal bisa menarik segmen pasar yang lebih luas.

Namun, ada beberapa ancaman yang perlu diwaspadai, seperti persaingan ketat dari toko emas digital besar, potensi penipuan dalam transaksi yang dapat merusak reputasi, serta fluktuasi harga emas yang dipengaruhi kondisi ekonomi global. Perubahan regulasi juga bisa mempengaruhi operasional dan profitabilitas toko.

Secara keseluruhan, Toko Emas Cantik Ciledug berada dalam posisi yang baik untuk berkembang, namun perlu terus beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar. Untuk tetap bersaing, toko harus fokus pada peningkatan efisiensi operasional, memperkuat kepercayaan pelanggan, dan memperkenalkan strategi inovatif yang relevan dengan tren pasar.

Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian berikutnya, disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur seberapa efektif strategi digitalisasi dan inovasi yang telah dilakukan. Penelitian di lokasi lain juga dapat dilakukan untuk mendapatkan hasil yang lebih beragam dan melengkapi temuan sebelumnya. Selain itu, menambahkan dokumentasi yang lebih lengkap akan membantu menghasilkan data yang lebih akurat dan meningkatkan kualitas penelitian.

REFERENSI

Amabela. (2019). Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia. In *Pharmaceutical library bulletin*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/aeb9q>

- Aryanto, V. D. W., & Chrismastuti, A. A. (2011). Model for Digital Economy in Indonesia. *International Journal of Innovation in the Digital Economy*, 2(2), 39–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.4018/jide.2011040104>
- Asnawi, A. (2018). Produktivitas Rakyat dan Daya Saing Indonesia di Pasar Internasional Sebagai Upaya Mendukung Tercapainya Pembangunan Nasional. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 2(1), 195–208. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i1.1151>
- Dewi, L. K. C., Antari, S., & Yuni, H. K. (2022). Peran Inovasi Produk dalam Memediasi Pengaruh Entreprenurial Marketing Terhadap Daya Saing UMKM di Desa Petak Gianyar Bali. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 18(2), 94–101. <https://doi.org/10.31940/jbk.v18i2.94-101>
- Febri, A., Seraphine, M., Purnomo, E., Johansen, J., Lavinia, T., Johanna, C., Julietta, J., & Ellen, A. (2019). *Review Jurnal "The Development Of Digital Economy In Indonesia."* <https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/npve5>
- Ginting, N. M., Rahmanta, R., & Lindawati, L. (2021). Analisis Daya Saing Kakao Olahan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Kakao Olahan Provinsi Sumatera Utara, Indonesia di Pasar Internasional. *Agro Bali: Agricultural Journal*, 4(3), 425–437. <https://doi.org/10.37637/ab.v4i3.843>
- GS, A. D. (2018). *STRATEGI PEMASARAN MELALUI PENDEKATAN ANALISIS SWOT PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, TBK. CABANG SURABAYA UNTUK MENCAPAI MISI DAN TUJUAN PERUSAHAAN.*
- Gustina, A. (2013). Ekonomi Inovasi: Langkah Indonesia Menuju Tatanan Era Baru. *STI Policy and Management Journal*, 11(2), 169–177.
- Harli, J. F. (2019). *Review Paper - The Development of Digital Economy in Indonesia.* <https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/5zs8f>
- Herlia, T. (2019). Model Sistem Peran Teknologi Dan Informasi Terhadap Pertahanan Bisnis Di Indonesia. *Majalah Ilmiah Bijak*, 16(1), 38–47. <https://doi.org/10.31334/bijak.v16i1.322>
- Hermada, W. K. (2019). *Review Journal The Development of Digital Economic in Indonesia.* <https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/cegzh>
- Hutabarat, Z. (2016). *Entrepreneurship Process and Business Incubator in Pangalengan, West Java - Indonesia*. 15, 918–921. <https://doi.org/10.2991/gcbme-16.2016.172>
- Mayangsari, P. I. (2013). *Inovasi PT. Pos Indonesia dalam menjaga eksistensi dan daya saing pelayanan publik.* Brawijaya University.
- Nurcahyo, E. (2020). *SISTEM INFORMASI PENJUALAN MEDEL FURNITURE BERBASIS WEB (Studi Kasus: Fazka Furniture Berbah, Sleman).* University of Technology Yogyakarta.
- Pratiwi, A., Renita, D. A., Tsaqif, D., Nurjannah, I., Echa, S., Wira, K., Pramana, Y. J., Afif, N., Rozak, S., & Yordan, J. N. (2019). *Pengaruh Inovasi Dan Kreatifitas Bagi Perekonomian Di Indonesia.* <https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/496p7>
- Salsabila, K. S. (2018). *Analisis Penerapan Lintas Budaya Dalam Kegiatan Negosiasi Bisnis Pada Perusahaan Multinasional (Studi Pada PT. Aerofood Indonesia unit Denpasar).* Universitas Brawijaya.
- Satriyo, B. G., Fasa, M. I., Fachri, A., Islam, U., Raden, N., & Lampung, I. (2022). Analisis Peran Berbankan Dalam Penggunaan E- Business Digital Terhadap Pemberdayaan Umkm Milenial Di Indonesia Dimasa Covid-19. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 8(1), 99–108. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v8i1.5151>
- Tayibnapis, A. Z., Wuryaningsih, L. E., & Gora, R. (2018). The development of digital economy in Indonesia. *IJMBIS International Journal of Management and Business Studies*, 8(3), 14–18.
- Usman, N. A., Widjaja, C. C., Herman, A. M., Asprillia, A. D., & Tanujaya, C. (2019). *Review The Development of Digital Economy in Indonesia.* <https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/jsdv9>
- Yusuf, A. A. (2021). The impact of Industry 4.0 on the Indonesian economy: A general equilibrium assessment. *Regional Science Policy & Practice*, 13(6), 1805–1825. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/rsp3.12463>