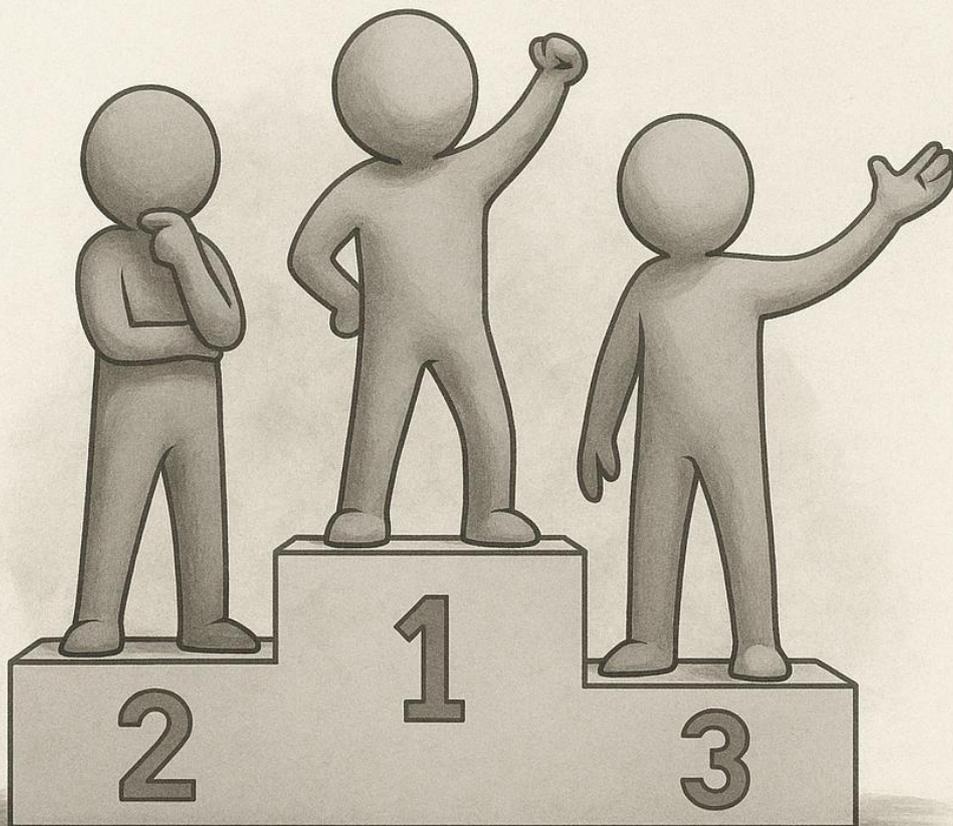


First-Mover Advantage

Antara Peluang
dan Perangkap

Rudy C. Tarumingkeng



*Rudy C Tarumingkeng: First-Mover Advantage (FMA) Antara
Peluang dan Perangkap*

Oleh:

[Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD](#)

Guru Besar Manajemen, NUP: 9903252922

Rektor, Universitas Cenderawasih, Papua (1978-1988)

Rektor, Universitas Kristen Krida Wacana, Jakarta (1991-2000)

Ketua Dewan Guru Besar IPB-University, Bogor (2005-2006)

Ketua Senat Akademik IBM-ASMI, Jakarta

© RUDYCT e-PRESS

rudyc75@gmail.com

Bogor, Indonesia

8 Juli 2025

First-Mover Advantage (FMA) Antara Peluang dan Perangkap

Berikut adalah penjelasan ringkas dan sistematis mengenai konsep **First-Mover Advantage (FMA)** berdasarkan konten dari situs 12manage.com:

■ Apa Itu First-Mover Advantage?

First-Mover Advantage (FMA) adalah keunggulan kompetitif yang diperoleh oleh perusahaan yang pertama kali memasuki pasar dengan produk atau layanan baru, terutama karena memiliki keunggulan dalam hal *Time to Market* (kecepatan masuk ke pasar).

✓ Keuntungan Bagi Pelaku First-Mover:

Membangun dan mengamankan posisi pasar terlebih dahulu, misalnya sebagai pemimpin pasar atau penentu standar.

Memungkinkan penguasaan sumber daya penting, seperti distribusi eksklusif, lokasi strategis, atau konsumen awal loyal.

Mengganggu pesaing potensial dengan keunggulan pengalaman dan skala (ekonomi belajar dan biaya switching pelanggan rendah).

Margin tinggi karena status hampir monopoli dalam tahap awal.

Namun, tidak semua keuntungan ini selalu bertahan lama. Keberhasilan tetap bergantung pada keberlanjutan strategi dan kemampuan adaptasi.

✗ Kerugian Menjadi First Mover:

Rudy C Tarumingkeng: First-Mover Advantage (FMA) Antara Peluang dan Perangkap

Biaya tinggi untuk R&D, pendidikan pasar, pengembangan teknologi, dan distribusi.

Risiko tinggi dan ketidakpastian pasar: Konsumen belum tentu menerima inovasi pertama secara langsung.

Efek Free-Rider: Pesaing dapat meniru pendekatan dan masuk pasar dengan biaya lebih rendah, memanfaatkan investasi pionir.

Keuntungan bagi Pesaing yang Menyusul (Second Movers):

Menghindari biaya dan risiko pengembangan awal.

Belajar dari kesalahan pionir.

Menurunkan risiko kegagalan pasar.

Dinamika Strategi Produk Baru:

Menurut Lee et al. (2000), dua faktor penting:

Moving Timing: Semakin cepat produk baru dirilis, semakin besar potensi keuntungan (*wealth effect* bagi pemegang saham).

Move Order: Posisi urutan dalam peluncuran juga memengaruhi hasil strategi jangka panjang (semakin awal, semakin banyak peluang mengunci pasar).

Tips Strategis untuk First Movers:

Operational Agility: Kecepatan eksekusi operasional.

Strategic Agility: Kemampuan penyesuaian terhadap perubahan pasar.

Catatan Tambahan:

First-mover bukanlah tujuan akhir, tapi **bagian dari strategi jangka panjang** yang harus dipertahankan melalui inovasi berkelanjutan dan pertahanan terhadap imitasi.

 **Contoh Kasus Naratif:**

Misalnya, **Amazon** adalah first mover dalam e-commerce skala besar di AS. Mereka membangun infrastruktur logistik dan pengalaman pelanggan sejak awal. Namun, pesaing seperti **Walmart** dan **Target** mencoba menyusul dengan memanfaatkan pembelajaran dari Amazon tanpa harus menanggung biaya riset dan pengembangan sebesar Amazon.

 **Infografik Edukatif (Opsional):**

Saya bisa bantu buat infografik visual:

"Perbandingan First Mover vs Second Mover: Keuntungan, Risiko, dan Strategi" jika diperlukan.

Berikut lanjutan penjelasan dalam format edukatif dan naratif untuk topik **First-Mover Advantage (FMA)** – disertai dengan pengembangan Modul Ajar, Infografik, dan Simulasi Studi Kasus Lokal.

■ MODUL AJAR KULIAH:

“First-Mover Advantage dalam Strategi Bisnis”

1. Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti modul ini, mahasiswa diharapkan mampu:

Menjelaskan konsep dan logika strategis dari *first-mover advantage*.

Menganalisis keuntungan dan kerugian menjadi pelopor di pasar.

Mengevaluasi kapan waktu terbaik untuk menjadi pelopor atau *fast follower*.

Menerapkan strategi FMA dalam konteks pasar Indonesia.

2. Isi Modul

A. Definisi dan Konteks

First-mover advantage adalah keunggulan jangka pendek atau panjang yang dimiliki perusahaan karena lebih dulu masuk ke pasar dibanding pesaing.

Relevan di pasar dengan potensi pertumbuhan tinggi, inovasi baru, atau perubahan teknologi.

B. Keuntungan Strategis FMA

Customer Lock-in: Loyalitas pelanggan lebih mudah dibentuk lebih awal.

Switching Cost: Konsumen enggan pindah karena biaya waktu dan tenaga.

*Rudy C Tarumingkeng: First-Mover Advantage (FMA) Antara
Peluang dan Perangkap*

Learning Curve Advantage: Lebih cepat belajar dan efisiensi biaya.

Brand Recognition: Menjadi ikon di kategori tertentu (contoh: Google = search, Go-Jek = ojek online).

C. Risiko dan Tantangan FMA

Investasi tinggi di awal (R&D, promosi, edukasi pasar).

Pasar belum tentu siap (misalnya: teknologi terlalu maju).

Imitasi cepat dari pesaing dengan modal lebih besar (Shopee, TikTok Shop).

D. Strategi Mengelola FMA

Inovasi berkelanjutan (Continuous Innovation)

Paten dan perlindungan IP

Perkuat ekosistem: Mitra, distribusi, komunitas

Adaptasi cepat terhadap umpan balik pasar

INFOGRAFIK EDUKATIF:

Judul: "First Mover vs Second Mover: Siapa yang Unggul?"

Komponen Strategis	First Mover	Second Mover
Biaya R&D	Tinggi	Rendah (belajar dari pionir)
Risiko Pasar	Tinggi (penuh ketidakpastian)	Lebih rendah
Kecepatan Belajar	Lebih cepat dalam iterasi produk	Belajar dari kesalahan pesaing
Keunggulan Diferensiasi	Mungkin lebih jelas	Mungkin lebih adaptif

Rudy C Tarumingkeng: *First-Mover Advantage (FMA) Antara Peluang dan Perangkap*

Komponen Strategis	First Mover	Second Mover
Contoh Global	Amazon, Tesla, Netflix	Shopee, Hyundai, Disney+
Contoh Lokal	Go-Jek, Tokopedia	Grab, Shopee, Blibli

 **SIMULASI STUDI KASUS LOKAL:**

Studi Kasus: Tokopedia (First Mover) vs Shopee (Second Mover)

Tokopedia:

Masuk lebih awal ke pasar e-commerce Indonesia.

Fokus pada pembangunan platform dan edukasi pasar.

Tantangan: biaya subsidi, pengembangan ekosistem mitra dan logistik.

Shopee:

Masuk belakangan namun dengan promosi agresif.

Belajar dari tantangan Tokopedia (pengiriman, UI/UX).

Dukungan kuat dari induk Sea Group menjadikan mereka *fast follower* yang sangat kompetitif.

Pertanyaan Refleksi untuk Mahasiswa:

Apakah menjadi pionir selalu menjamin dominasi pasar jangka panjang?

Strategi apa yang membuat second mover bisa mengalahkan first mover?

Jika Anda menjadi CEO startup digital, strategi apa yang akan Anda pilih—pionir atau follower cerdas?

 **REFLEKSI FILOSOFIS BISNIS:**

*Rudy C Tarumingkeng: First-Mover Advantage (FMA) Antara
Peluang dan Perangkap*

“Menjadi yang pertama bukanlah jaminan kemenangan. Tetapi jika Anda tahu bagaimana bertahan sebagai yang pertama—Anda sedang membangun sejarah.”

– Adaptasi dari strategi FMA

 **ILUSTRASI COVER ARTIKEL**

Judul: “*First-Mover Advantage: Antara Peluang dan Perangkap*”

Penulis: Rudy C. Tarumingkeng

 *Saya dapat bantu visualisasikan ilustrasi cover artikel berupa podium kompetisi dengan tokoh animasi strategis: pionir, follower, dan inovator disruptif.*

 **GLOSARIUM**

Istilah	Definisi Singkat
First-Mover Advantage	Keunggulan kompetitif dari menjadi pelopor di pasar.
Time to Market	Waktu tercepat dari ide ke produk yang siap pasar.
Switching Cost	Biaya atau hambatan psikologis/finansial yang membuat pelanggan sulit berpindah.
Learning Curve	Konsep bahwa semakin lama beroperasi, semakin efisien perusahaan.
Fast Follower	Perusahaan yang masuk pasar setelah pelopor, namun lebih adaptif dan agresif.

 **DAFTAR PUSTAKA**

Lieberman, M. B., & Montgomery, D. B. (1988). *First-mover advantages*. Strategic Management Journal.

*Rudy C Tarumingkeng: First-Mover Advantage (FMA) Antara
Peluang dan Perangkap*

Lee, H., Smith, K. G., & Grimm, C. M. (2000). *Timing, order, and performance: A meta-analysis of first-mover advantages.*

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2015). *Blue Ocean Strategy.* Harvard Business Press.

12manage.com

Berikut adalah  Modul Ajar Kuliah Manajemen Strategi bertema:

MODUL AJAR

First-Mover Advantage (FMA) dalam Manajemen Strategi

 Untuk: Mahasiswa Manajemen dan Bisnis

 Oleh: Rudy C. Tarumingkeng

Capaian Pembelajaran:

Setelah mengikuti perkuliahan ini, mahasiswa diharapkan mampu:

Menjelaskan konsep *first-mover advantage* (FMA) secara kritis.

Menganalisis keuntungan dan kerugian menjadi pelopor (*first mover*) dalam persaingan industri.

Mengevaluasi strategi *second mover* atau *fast follower* dalam merespons keunggulan pionir.

Mengkaji kasus-kasus lokal dan global terkait dinamika FMA.

Merancang strategi bisnis berbasis *timing* dan *market entry* yang cerdas.

Struktur Mingguan (4 Minggu)

Minggu 1: Dasar Teori dan Konsep First-Mover Advantage

Pengertian dan latar belakang FMA

Time to Market dan keunggulan kompetitif awal

Strategi pionir dalam sejarah (Coca-Cola, Sony Walkman)

 Bacaan: Lieberman & Montgomery (1988)

 *Diskusi kelas:* Apakah menjadi yang pertama selalu menang?

Minggu 2: Keuntungan dan Risiko Menjadi First Mover

Keunggulan: loyalitas pelanggan awal, brand recognition, efek skala

Risiko: biaya R&D tinggi, ketidakpastian pasar, tiruan pesaing

Konsep *Switching Cost* dan *Learning Curve*

Studi kasus: Amazon vs Barnes & Noble

 *Tugas individu:* Identifikasi sebuah startup Indonesia yang berhasil sebagai first mover.

Minggu 3: Strategi Second Mover dan Fast Follower

Definisi dan prinsip dasar fast follower

Keuntungan meniru cerdas dan belajar dari pionir

Studi kasus: Shopee vs Tokopedia, Grab vs Go-Jek

Model dinamis: *moving timing* dan *move order*

 *Simulasi diskusi kelompok:* Anda adalah CEO startup fintech, pilih jadi pionir atau follower? Berikan alasan strategis.

Minggu 4: Evaluasi Strategis dan Aplikasi Bisnis

Kapan strategi FMA cocok diterapkan?

Peran agility: *Operational Agility* vs *Strategic Agility*

Model keputusan: First, Fast, or Smart?

Praktikum mini: Desain strategi masuk pasar produk baru.

*Rudy C Tarumingkeng: First-Mover Advantage (FMA) Antara
Peluang dan Perangkap*

✦ **Ujian Akhir Mini-Essay:** Buat strategi masuk pasar untuk produk AI edukasi generasi muda.

 **Infografik Pendukung (Dibagikan dalam Kelas)**

First Mover vs Second Mover

Faktor keberhasilan dan kegagalan FMA

Studi visual Amazon, Go-Jek, Tesla

 **Materi Evaluasi**

Bentuk Evaluasi Bobot

Partisipasi Kelas 20%

Tugas Individu 25%

Diskusi Kelompok 20%

Ujian Akhir 35%

 **Referensi Wajib & Tambahan**

Lieberman, M.B. & Montgomery, D.B. (1988). *First-Mover Advantages*. Strategic Management Journal.

Lee, H. et al. (2000). *Timing, Order, and Market Entry*. Journal of Strategy.

Kim, W.C. & Mauborgne, R. (2015). *Blue Ocean Strategy*. Harvard Business School Press.

https://www.12manage.com/description_first_mover_advantage.html

 **Tambahan untuk Dosen:**

*Rudy C Tarumingkeng: First-Mover Advantage (FMA) Antara
Peluang dan Perangkap*

 *Studi Lapangan Pilihan:* Observasi perusahaan lokal pionir di sektor digital, misalnya Ruangguru, Warung Pintar, atau Bibit.

 *Forum Online Mahasiswa:* “Debat Strategis – First vs Fast Mover” (Google Classroom, Discord, atau LMS kampus).

 *Visualisasi Pendukung:* Ilustrasi podium 1-2-3 dengan ikon strategi.

Berikut adalah  **Studi Kasus Lokal:**

Tokopedia vs Shopee: First Mover vs Fast Follower dalam Lanskap E-Commerce Indonesia

Pendahuluan

Dalam dunia bisnis digital Indonesia, persaingan antara **Tokopedia** (sebagai pelopor lokal) dan **Shopee** (pendatang agresif dari luar) menjadi contoh nyata dari dinamika *First-Mover Advantage (FMA)* dan *Fast-Follower Strategy*. Studi kasus ini menunjukkan bahwa menjadi pelopor bukanlah jaminan sukses berkelanjutan, dan bahwa strategi adaptif bisa menyalip pionir dalam waktu relatif singkat.

Profil Perusahaan

Aspek	Tokopedia	Shopee
Tahun Masuk Pasar	2009	2015
Asal	Indonesia	Singapura (Sea Group)
Fokus Awal	Marketplace untuk UMKM & konsumen	Social-commerce & mobile-first platform
Posisi Pasar Saat Ini	Bagian dari GOTO (GoTo Group)	Pemimpin pasar e-commerce di Asia Tenggara

Strategi Tokopedia (First Mover)

Keunggulan Awal:

Time to Market: Lebih dulu mengenalkan konsep marketplace digital ke masyarakat Indonesia.

Customer Education: Berperan besar dalam membentuk budaya belanja online.

Partnership Lokal: Bekerjasama dengan warung tradisional dan sektor informal.

Kearifan Lokal: Branding sebagai buatan anak bangsa.

Tantangan:

Biaya edukasi dan infrastruktur tinggi.

Monetisasi lambat: Terlalu fokus pada pertumbuhan pengguna, bukan profitabilitas.

Kurangnya daya promosional seagresif pesaing.

Strategi Shopee (Fast Follower)

Keunggulan Adaptif:

Mobile-First Experience: Antarmuka ramah pengguna, ringan, dan menysasar Gen Z.

Promosi Masif: Gratis ongkir, cashback besar, dan influencer marketing (Shopee Live).

Belajar dari Pionir: Menghindari jebakan edukasi awal dan fokus pada engagement.

Ekspansi Logistik & ShopeePay: Integrasi cepat dalam ekosistem digital.

Strategi Khusus:

Menggunakan waktu *11.11*, *12.12*, dan *Ramadan Sale* sebagai puncak konversi.

Lokalisasi kampanye dengan artis lokal dan humor budaya pop.

Perbandingan Strategis

*Rudy C Tarumingkeng: First-Mover Advantage (FMA) Antara
Peluang dan Perangkap*

Dimensi Strategi	Tokopedia (First Mover)	Shopee (Fast Follower)
Waktu Masuk Pasar	Lebih awal	Datang belakangan
Biaya Edukasi Pasar	Tinggi	Rendah (memanfaatkan ekosistem yang ada)
Loyalitas Awal	Kuat di early adopters UMKM	Kuat di Gen Z dan kelas menengah
Inovasi Pembayaran	Mitra Tokopedia, OVO	ShopeePay, SPayLater
Monetisasi	Bertahap, butuh waktu	Lebih cepat melalui iklan & komisi
Iklan & Promosi	Terbatas	Gencar dan agresif

Hasil dan Dinamika Terkini

Tokopedia kini bergabung dalam **GoTo Group** (dengan Gojek) untuk memperkuat sinergi ekosistem layanan digital.

Shopee tetap mendominasi trafik e-commerce dan memimpin dari sisi transaksi dan volume pengguna aktif bulanan (MAU).

Persaingan kini bergeser ke sektor live shopping, layanan keuangan digital, dan penetrasi ke daerah rural.

Refleksi Strategis: Pelajaran dari Kasus Ini

Menjadi pelopor tidak cukup – harus dibarengi dengan inovasi dan kecepatan adaptasi.

Fast Follower yang gesit dan agresif dapat merebut dominasi pasar dari pionir.

Strategi promosi dan pemahaman perilaku lokal menjadi kunci sukses di pasar yang kompetitif dan sensitif terhadap harga.

Ekosistem dan sinergi antar layanan (fintech, logistik, konten) menjadi keunggulan kompetitif baru.

 **Pertanyaan Diskusi Kelas:**

Apakah Tokopedia kehilangan momentum sebagai pionir? Mengapa?

Apa strategi Tokopedia untuk melawan serangan promosi Shopee?

Jika Anda CEO startup e-commerce baru, strategi mana yang akan Anda pilih: First Mover atau Fast Follower? Mengapa?

Bagaimana peran budaya lokal dalam memenangkan persaingan e-commerce?

 **Sumber Data:**

iPrice SEA Report (2022–2024)

Tech in Asia & DailySocial.id

Strategi merger GoTo

Data tren e-commerce Indonesia oleh Google e-Conomy SEA

 **Kesimpulan:**

Kisah Tokopedia dan Shopee adalah bukti nyata bahwa kecepatan bukan segalanya—**fleksibilitas dan agresivitas dalam strategi adaptif** bisa mengubah peta persaingan. Namun pionir tetap punya keunggulan moral, narasi nasionalisme, dan daya jangkau jika berhasil mempertahankan relevansi.

INFOGRAFIK

Berikut adalah infografik perbandingan visual antara strategi **First Mover** dan **Fast Follower**, mencakup berbagai dimensi strategis seperti waktu masuk pasar, biaya, risiko, inovasi, dan adaptasi. Ilustrasi ini cocok digunakan untuk bahan ajar, diskusi kelas, maupun presentasi manajemen strategi.

First Mover vs Fast Follower: Perbandingan Strategi

Aspek Strategis	First Mover	Fast Follower
Waktu Masuk Pasar	Lebih awal	Datang belakangan
Biaya Edukasi Pasar	Tinggi (edukasi konsumen)	Lebih rendah
Risiko	Tinggi	Lebih rendah
Keunggulan Inovasi	Sering menjadi pelopor	Meniru & menyempurnakan
Promosi & Iklan	Terbatas di awal	Agresif dan masif
Kecepatan Adaptasi	Lambat di respon pesaing	Cepat & responsif
Contoh Perusahaan	Tokopedia, Amazon, Tesla	Shopee, Grab, Hyundai

Berikut adalah  **Glosarium: First-Mover Advantage (FMA)** — disusun secara edukatif untuk pembelajaran kuliah manajemen strategi, lengkap dengan definisi singkat dan relevansi praktis:

GLOSARIUM: First-Mover Advantage (FMA)

Istilah	Definisi	Relevansi Praktis
First-Mover Advantage	Keunggulan kompetitif yang diperoleh perusahaan karena menjadi pelopor masuk pasar.	Digunakan untuk membangun loyalitas awal dan dominasi merek di pasar baru.
Time to Market	Waktu tercepat dari ide produk hingga diluncurkan ke pasar.	Perusahaan dengan TTM lebih cepat bisa mengamankan pelanggan dan membangun keunggulan kompetitif.
Switching Cost	Biaya (finansial atau psikologis) yang ditanggung konsumen jika berpindah ke produk pesaing.	Membantu pionir mempertahankan pelanggan dari ancaman imitator.
Learning Curve	Konsep bahwa semakin lama beroperasi, semakin efisien perusahaan dalam proses dan biaya.	First mover lebih dulu mengalami peningkatan efisiensi produksi dan distribusi.
Fast Follower	Perusahaan yang masuk pasar setelah pionir dan meniru/menyempurnakan penawaran.	Strategi Shopee dan Grab yang meniru, lalu mengalahkan pionir lokal.

*Rudy C Tarumingkeng: First-Mover Advantage (FMA) Antara
Peluang dan Perangkap*

Istilah	Definisi	Relevansi Praktis
Market Entry Timing	Keputusan strategis kapan waktu terbaik masuk ke pasar.	Penting untuk menyeimbangkan antara peluang awal dan kesiapan pasar.
Operational Agility	Kemampuan untuk mengeksekusi dengan cepat dan efisien.	Membantu pionir tetap relevan setelah pesaing masuk pasar.
Strategic Agility	Kemampuan untuk menyesuaikan strategi secara cepat terhadap dinamika pasar.	Penting bagi baik pionir maupun follower untuk bertahan dalam lingkungan kompetitif.
Free-Rider Effect	Ketika pesaing meniru inovasi dan menghindari biaya yang sudah dikeluarkan pionir.	Salah satu ancaman terbesar bagi strategi FMA.
Brand Recognition	Tingkat keterkenalan merek di benak konsumen.	Pionir yang sukses biasanya memiliki merek yang sangat melekat di pasar.
Pioneer Trap	Situasi ketika pelopor gagal memanfaatkan posisi awal karena strategi yang tidak adaptif.	Risiko yang dialami oleh banyak startup teknologi yang terlalu cepat masuk tanpa arah jangka panjang.

 **Tips Penggunaan Glosarium**

Cocok disisipkan pada akhir bab strategi masuk pasar.

Bisa dikembangkan dalam bentuk flashcard untuk kuis reflektif.

Setiap istilah bisa dikaitkan dengan contoh perusahaan di Indonesia.

Berikut adalah  **Daftar Pustaka** untuk modul kuliah dan studi kasus bertema *First-Mover Advantage (FMA)*, disusun secara akademik dengan referensi dari jurnal, buku, dan sumber online terpercaya:

DAFTAR PUSTAKA

Lieberman, M. B., & Montgomery, D. B. (1988). *First-Mover Advantages*. *Strategic Management Journal*, **9**(S1), 41–58.

DOI: [10.1002/smj.4250090706](https://doi.org/10.1002/smj.4250090706)

Lee, H., Smith, K. G., & Grimm, C. M. (2000). *Timing, Order, and Performance: A Meta-Analysis of First-Mover Advantage*. *Academy of Management Proceedings*, **1**, A1–A6.

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2015). *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Boston: Harvard Business Review Press.

Golder, P. N., & Tellis, G. J. (1993). *Pioneer Advantage: Marketing Logic or Marketing Legend?* *Journal of Marketing Research*, **30**(2), 158–170.

Suarez, F. F., & Lanzolla, G. (2007). *The Role of Environmental Dynamics in Building a First-Mover Advantage Theory*. *Academy of Management Review*, **32**(2), 377–392.

Makadok, R. (1998). *Can First-Mover and Early-Mover Advantages Be Sustained in an Industry with Low Barriers to Entry/Imitation?* *Strategic Management Journal*, **19**(7), 683–696.

iPrice Group. (2022–2024). *E-Commerce Market Insights Southeast Asia*.

Retrieved from: <https://iprice.co.id>

12manage.com. (2024). *First Mover Advantage – Strategic Concepts Explained*.

Retrieved from:

https://www.12manage.com/description_first_mover_advantage.html

*Rudy C Tarumingkeng: First-Mover Advantage (FMA) Antara
Peluang dan Perangkap*

Tech in Asia Indonesia. (2023). *Laporan Persaingan Tokopedia vs Shopee: Strategi dan Statistik.*

<https://id.techinasia.com>

Google e-Conomy SEA Report. (2023). *E-Commerce and Digital Trends in Indonesia and Southeast Asia.*

<https://economysea.withgoogle.com>

Kopilot Artikel ini - tanggal akses: 8 Juli 2025. Prompting dan Akun penulis ([Rudy C Tarumingkeng](#)). <https://chatgpt.com/c/686ca979-edac-8013-a0dc-aab0ce33f24b>