

## **ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS MANAJEMEN BISNIS**

**Shintya Terisna Sari<sup>1</sup>, Mustakim<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah, IAI An-Nadwah Kuala Tungkal

<sup>2</sup>Dosen Manajemen Bisnis Syariah, IAI An-Nadwah Kuala Tungkal

*E-mail:* [yusshingun22@gmail.com](mailto:yusshingun22@gmail.com), [mustakimabdullah85@gmail.com](mailto:mustakimabdullah85@gmail.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tanjung Jabung Barat menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami proses pendaftaran penduduk dan pencatatan sipil, khususnya terkait peranan Kartu Identitas Anak (KIA) sebagai inovasi bisnis. Melalui interaksi langsung dengan petugas, penelitian ini berhasil mengumpulkan data primer mengenai dinamika pelayanan dalam penerbitan KIA, yang meliputi prosedur sistematis dari pengisian formulir hingga penyerahan kartu. KIA berfungsi tidak hanya sebagai identitas resmi, tetapi juga sebagai alat verifikasi usia yang penting untuk meningkatkan akses bagi anak-anak dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi. Meskipun terdapat tantangan dalam penerapannya di era digital, seperti investasi teknologi dan pelatihan sumber daya manusia, integrasi KIA menawarkan peluang inovasi bisnis yang berkelanjutan. Keberhasilan implementasi sistem ini sangat bergantung pada kolaborasi yang efektif antara pemerintah, masyarakat, dan sektor bisnis.

**Kata Kunci:** Kartu Identitas Anak (KIA), Verifikasi Usia, Inovasi Bisnis.

### **PENDAHULUAN**

Pada dasarnya, verifikasi individu menggunakan kartu identitas umumnya lebih ditekankan kepada pencocokan wajah dan tidak berfokus pada informasi biografi yang tertera dalam dokumen identitas seperti tanggal kelahiran yang akan digunakan kasir untuk pemeriksaan identitas usia atau rincian biografi diperiksa di pemeriksaan paspor.<sup>1</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Robertson dan Burton menunjukkan bahwa kasir yang berpengalaman cenderung melakukan lebih sedikit kesalahan dalam memeriksa kesesuaian wajah dan informasi data yang tersedia pada kartu dengan wajah pemegangnya tetapi tetap mengalami bias pada tingkat yang lebih rendah meskipun dapat diperbaiki dengan pengalaman, di samping itu para pengamat juga seringkali gagal

---

<sup>1</sup> David J. Robertson dan A. Mike Burton, "Checking ID-cards for The sale of Restricted Goods: Age Decisions Bias Face Decisions," *Applied Cognitive Psychology* 35, (2021): 71-72.

# ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS MANAJEMEN BISNIS

---

mengenali ketidaksesuaian antara foto di kartu identitas (kartu SIM dan kartu PASS+) dengan wajah pemegangnya meskipun persyaratan usia terpenuhi.<sup>2</sup>

Oleh karena itu, strategi yang lebih efektif justru melakukan pencocokan wajah lalu perhitungan usia dibanding sebaliknya di mana strategi tersebut dapat mengurangi kesalahan secara signifikan dalam kondisi kritis di mana terjadi perbaikan kinerja sebesar 26% dan 7% perbaikan oleh kartu PASS+, sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai seberapa efektif strategi tersebut jika diterapkan secara konsisten dalam memverifikasi identitas pelanggan.<sup>3</sup>

Di sisi lain, Jepang dan Jerman diketahui memiliki mesin penjual otomatis yang dapat menjual rokok di mana mesinnya dilengkapi fitur perangkat penguncian elektronik yang bergantung pada sistem verifikasi usia menggunakan kartu untuk mencegah remaja mengakses produk tembakau. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem/kartu verifikasi usia tidak dapat sepenuhnya mencegah anak di bawah umur mengakses produk tembakau, dan diketahui bahwa mayoritas kartu verifikasi usia ini diperoleh dari seseorang di luar keluarga sehingga orang yang merokok lebih banyak ternyata telah berpengalaman menggunakan kartu verifikasi usia.<sup>4</sup>

Kemudian, penelitian Hoof dan Velthovenb melaporkan bahwa sistem verifikasi usia jarak jauh yang digunakan untuk menilai usia pelanggan yang mencoba membeli alkohol mampu mencegah terjadinya penjualan alkohol di bawah umur sebanyak 8.374 permintaan pembelian dari total 367.346 upaya pembelian, namun pemerintah yang tidak ketat membuat upaya yang sebaiknya diterapkan secara nasional justru apabila diterapkan secara sukarela tidak selalu menguntungkan secara ekonomi bagi toko minuman keras sehingga sistem tersebut lebih baik diterapkan di gerai minuman keras untuk konsumsi di luar tempat apabila syarat tertentu terpenuhi.<sup>5</sup>

Dalam penelitian lainnya, van Hoof juga melakukan penelitian terhadap efektivitas pembaca ID dan verifikasi usia jarak jauh di mana teknologi verifikasi usia jarak jauh

---

<sup>2</sup> Robertson dan Burton, "Checking ID-cards," 71.

<sup>3</sup> Robertson dan Burton, "Checking ID-cards," 79.

<sup>4</sup> Hideyuki Kanda dkk, "Age Verification Cards Fail to Fully Prevent Minors from Accessing Tobacco Products," *Tobacco Control*, (2010): 1 of 3.

<sup>5</sup> Joris J. van Hoof dan Ben C. J. van Velthoven, "Remote Age Verification to Prevent Underage Alcohol Sales. First Results from Dutch Liquor Stores and the Economic Viability of National Adoption" *International Journal of Drug Policy* 26, (2015): 364.

# ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS MANAJEMEN BISNIS

---

disebut sebagai intervensi yang menjanjikan yang dapat meningkatkan kepatuhan vendor dalam menjual produk yang memiliki batasan usia dibandingkan efektivitas pembaca ID.<sup>6</sup>

Maka dari itu, penelitian ini mencoba menyelidiki bagaimana peranan kartu identitas anak (KIA) dalam pengelolaan bisnis terutama dalam pembelian produk dan penyediaan layanan sehingga bisnis dapat meningkatkan keunggulannya dari para kompetitor serta membantu perusahaan tetap bertahan di pasar dengan cara mematuhi peraturan lokal yang berlaku.

## TINJAUAN PUSTAKA

### A. Inovasi Bisnis

Pada dasarnya, produk merupakan alat untuk menghasilkan nilai dengan cara menawarkan sesuatu yang baru dan inovatif, baik dalam skala besar maupun kecil.<sup>7</sup> Nilai yang dihasilkan memungkinkan perusahaan jauh lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam pasar dengan cara melakukan inovasi produk, memproduksi dengan biaya yang lebih rendah dan meningkatkan kualitas layanan menjadi lebih baik. Perusahaan dapat melakukan inovasi dalam produk dan layanan mereka, contohnya mencakup inovasi produk, proses, pemasaran, organisasi, model bisnis, layanan, dan teknologi.<sup>8</sup>

Inovasi produk memiliki tiga strategi yang dinamakan dengan inovasi inti, inovasi berdekatan, dan inovasi yang disruptif. Inovasi inti berfokus dalam mewujudkan produk yang telah berada di pasar yang mapan secara optimal dengan melibatkan pemanfaatan sumber daya perusahaan meliputi keterampilan karyawan dan aset lalu melakukan perubahan bertahap pada produk. Dalam strategi ini, tindakan perusahaan didasarkan pada tujuan melindungi produk, fokus pada keunggulan operasional, hindari kesalahan, mengoptimalkan bisnis yang telah ada, hingga menggunakan teknologi yang telah terbukti keamanan dan kemutakhirannya. Dalam inovasi berdekatan, perusahaan memanfaatkan keunggulan yang telah dimiliki atas produknya untuk dibawa ke dalam

---

<sup>6</sup> Joris J. van Hoof, "The Effectiveness of ID Readers and Remote Age Verification in Enhancing Compliance with the Legal Age Limit for Alcohol," *The European Journal of Public Health* 27, no. 2 (2016):358.

<sup>7</sup> Roman Pichler, *Strategize: Product Strategy and Product Roadmap Practices for the Digital Age, 2<sup>nd</sup> Edition* (Pichler Consulting, 2022), chap. Understand Your Product's Innovation Type.

<sup>8</sup> Enny Noegrahani Hindarwati dkk., *Inovasi Bisnis (Membanguuun Keunggulan Bersaing di Era Digital)* (PT. Green Pustaka Indonesia, 2024), 6-8.

# ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS MANAJEMEN BISNIS

---

pasar yang baru ataupun menciptakan produk baru untuk pasar yang telah ada sehingga menggunakan strategi ini memerlukan wawasan tentang kebutuhan pelanggan, tren permintaan, struktur pasar, dinamika persaingan, teknologi, dan variabel pasar lainnya. Risikonya bahwa perusahaan menghadapi ketidakpastian yang tinggi sehingga perusahaan perlu mempunyai sikap rasa ingin tahu, bersedia mengambil risiko yang terinformasi, hingga merasa cukup aman untuk membuat kesalahan dan gagal. Sedangkan inovasi yang disruptif dapat dilakukan bagi perusahaan yang ingin mengembangkan pasar dan menguasai pangsa pasar untuk menarik lebih banyak pelanggan dengan cara melakukan inovasi yang disruptif.<sup>9</sup>

Di samping itu, inovasi proses lebih menekankan pada menciptakan perubahan baru dalam merancang, mengelola, dan mengaplikasikan proses bisnis yang bertujuan meningkatkan nilai organisasi, efisiensi, fleksibilitas, dan produktivitas<sup>10</sup> sedangkan inovasi pemasaran berfokus menciptakan ide dan cara baru memasarkan dan menjual produk atau layanan seperti memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk<sup>11</sup> Adapun inovasi organisasi berarti perusahaan melakukan restrukturisasi struktur organisasi, proses, atau praktik manajemennya untuk menyesuaikan dengan tujuan perusahaan<sup>12</sup> dan inovasi model bisnis mengacu kepada permodelan bisnis menggunakan konsep baru yang telah disusun oleh tim perusahaan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.<sup>13</sup>

Sebagai dokumen kependudukan yang memiliki kekuatan hukum, KIA dapat dijadikan sebagai salah satu inovasi bisnis bagi perusahaan dengan cara mengintegrasikannya sebagai alat verifikasi usia dalam aspek layanan produk, teknologi verifikasi identitas, dan manajemen data pelanggan sehingga membantu perusahaan meningkatkan kualitas produk dan layanan dengan cara memberikan masukan mengenai identitas pelanggan sehingga bisnis dapat menyusun kebutuhan pelanggan dan mendukung pengembangan produk dan layanan yang berkelanjutan.

---

<sup>9</sup> Pichler, *Strategize: Product Strategy*, chap. Understand Your Product's Innovation Type.

<sup>10</sup> Miko Andi Wardana, *Kreativitas Desain Inovasi* (Penerbit Intelektual Manifes Media, 2023), 75.

<sup>11</sup> Peran Simanidjaja dkk., *Memahami Perilaku Konsumen (Strategi Pemasaran yang Efektif pada Era Digital)* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), 116-117.

<sup>12</sup> Hindarwati dkk., *Inovasi Bisnis*, 7.

<sup>13</sup> Rahmad Firdaus dkk., *Tren Bisnis Digital (Optimasi & Optimalisasi Usaha Berbasis Digitalisasi)* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), 16.

# ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS MANAJEMEN BISNIS

---

Kartu Identitas Anak yang memiliki akronim KIA merupakan bentuk dokumen kependudukan untuk anak berusia kurang dari 17 tahun (Pasal 59 UU Adminduk) yang dihasilkan dari proses daftarduk dan dikeluarkan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten/Kota.<sup>14</sup> KIA dapat menjadi alat verifikasi usia konsumen saat melakukan pembelian produk atau menikmati layanan yang disediakan oleh bisnis, hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa layanan dan produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan usia pelanggan sebab ada hukum dan peraturan yang mengatur produk sehingga mengharuskan perusahaan untuk patuh terhadap regulasi tersebut dan menciptakan pengelolaan bisnis yang lebih baik.

## **B. Kepatuhan Regulasi Produk**

Kepatuhan terhadap peraturan dimaknai sebagai upaya perusahaan mematuhi regulasi pemerintah dan standar industri yang berlaku dengan cara menjalankan operasional bisnisnya sesuai dengan hukum dan norma etika yang telah ditentukan oleh peraturan dan undang-undang yang berlaku sebab keduanya dirancang untuk melindungi konsumen, menciptakan persaingan yang adil dan mencegah praktik bisnis tidak etis, tujuannya membuat pelanggan dan pemangku kepentingan percaya dengan perusahaan, menciptakan reputasi yang positif, serta mencegah pelanggaran hukum dan keuangan.<sup>15</sup>

Kepatuhan terhadap peraturan ini akan mendukung perusahaan untuk terus bertahan dalam jangka panjang di lingkungan yang kompetitif dan menjadikan perusahaan tetap beroperasi secara legal dan etis, namun perubahan regulasi jelas menyulitkan perusahaan untuk melacak dan mengikuti peraturan dan hukum yang telah berubah tersebut terlebih lagi perusahaan harus menaati undang-undang dan peraturan yang berlaku di yurisdiksi tempat perusahaan beroperasi, umumnya pengurusan dokumen dan dokumentasi membutuhkan banyak waktu serta biaya, dan peraturan yang ambigu atau kurang jelas akan membuat perusahaan kesulitan memahami hal yang diatur di dalamnya.<sup>16</sup>

Di samping itu, perusahaan yang mampu menciptakan produk yang sesuai standar dan regulasi tertentu menunjukkan bahwa perusahaan telah menjamin keamanan dan

---

<sup>14</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Pencatatan Sipil* (Sinar Grafika, 2019), 34-35.

<sup>15</sup> Gilad James, *Pengantar Etika Bisnis* (Gilad James Mystery School, Tanpa Tahun), chap. IX. 2. Kepatuhan Regulasi.

<sup>16</sup> James, *Pengantar Etika Bisnis*, chap. IX. 2. Kepatuhan Regulasi.

# ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS MANAJEMEN BISNIS

---

kualitas produk dengan cara melakukan pengujian yang ketat terhadap produk tersebut yang mana hal ini mempengaruhi seberapa besar tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.<sup>17</sup>

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif yang dirancang untuk mengidentifikasi bagaimana peran KIA sebagai dokumen kependudukan berkekuatan hukum dapat mendorong terciptanya inovasi bisnis baru bagi perusahaan serta menganalisis tantangan dan dampak yang ditimbulkan atas integrasi KIA terhadap pengelolaan bisnis yang mana integrasinya bertujuan untuk mematuhi regulasi produk. Penelitian ini dilakukan melalui praktik pengalaman lapangan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara tidak terstruktur dengan petugas bidang pelayanan pendaftaran penduduk dan observasi langsung di lapangan. Subjek penelitian terdiri dari petugas yang terlibat dalam bidang pelayanan pendaftaran penduduk, sementara objeknya adalah kartu identitas anak. Data primer diperoleh dari wawancara, sedangkan informasi tambahan diambil dari berbagai sumber sekunder seperti buku dan regulasi terkait.

Analisis data terhadap hasil wawancara tidak terstruktur, buku, maupun regulasi terkait dilakukan secara berkelanjutan, menggabungkan proses pengumpulan dengan reduksi data untuk menyaring informasi yang relevan. Proses ini memastikan bahwa temuan penelitian tidak hanya valid tetapi juga relevan dengan konteks yang lebih luas. Dengan pendekatan yang fleksibel dan interaktif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang integrasi KIA dalam pengelolaan bisnis yang mendorong terciptanya inovasi bisnis berkelanjutan sebagai cara perusahaan mematuhi regulasi produk dan kebijakan perlindungan anak untuk menciptakan produk dan layanan yang ditawarkan sesuai kelompok usia.

---

<sup>17</sup> Yudi Maulana, *Concurrent Engineering* (Penerbit Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia, 2024), 89.

**ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP  
KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS  
MANAJEMEN BISNIS**

---

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pendaftaran penduduk dan pencatatan sipil merupakan aspek penting dalam administrasi kependudukan. Sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka (16) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2013 bahwa pengangkatan Pejabat Pencatatan Sipil dilakukan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan, dengan rincian tugas mencatat berbagai peristiwa penting dalam kehidupan individu, termasuk kelahiran, kematian, perkawinan, perceraian, lahir mati, pengakuan anak, pengesahan anak, pengangkatan anak, perubahan nama dan perubahan status kewarganegaraan.<sup>18</sup> Sedangkan petugas registrasi memiliki tugas dan tanggung jawab dalam menerima dan memproses informasi mengenai kejadian yang berhubungan dengan peristiwa kependudukan dan peristiwa penting, mengelola data tersebut dan memastikan datanya dicatat dengan benar dalam sistem resmi.<sup>19</sup> Dalam hal ini, sistem yang dimaksud adalah Sistem Informasi Administrasi Kependudukan (SIAK). SIAK merupakan sistem informasi yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi dalam memfasilitasi pengelolaan informasi administrasi kependudukan pada tingkat Penyelenggara dan Instansi Pelaksana.<sup>20</sup>

Pada tingkat kabupaten, urusan administrasi kependudukan dikelola oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Instansi ini memiliki empat bidang, masing-masing dengan tugas dan tanggung jawab yang berbeda: pelayanan pendaftaran penduduk, pencatatan sipil, pengelolaan informasi administrasi kependudukan (PIAK), serta pemanfaatan data dan inovasi layanan (PDIP). Dalam menjalankan tugasnya, Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) Kabupaten Tanjung Jabung Barat menerapkan moto yang berfokus pada “BERAKSI,” terdiri atas bergerak, efisiensi, responsif, akuntabel, kolaboratif, semangat, dan inovatif.<sup>21</sup> Moto ini tidak hanya berfungsi sebagai panduan dalam pengambilan keputusan, tetapi juga sebagai motivasi bagi personel kantor untuk memberikan pelayanan terbaik.

---

<sup>18</sup> Undang-Undang No. 24 Tahun 2013, Pasal 1 angka (17).

<sup>19</sup> Undang-Undang No. 24 Tahun 2013, Pasal 1 angka (20).

<sup>20</sup> Undang-Undang No. 24 Tahun 2013, Pasal 1 angka (21).

<sup>21</sup> “Tentang Kami: Moto,” Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, diakses pada 26 September 2024, <https://disdukcapil.tanjabarkab.go.id/moto/>.

# ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS MANAJEMEN BISNIS

---

Di samping itu, standar pelayanan yang diterapkan oleh Disdukcapil berperan penting dalam mencapai tujuan strategis instansi. Standar ini mencakup waktu pelayanan, kompetensi pelaksana, dan proses penyampaian pelayanan (prosedur dan mekanisme, jangka waktu pelayanan, tarif pelayanan, sumber daya yang digunakan seperti jumlah petugas, teknologi, dan alat yang diperlukan, komunikasi antara petugas dan penerima layanan, jaminan keamanan dan keselamatan pelayanan, jaminan pelayanan, umpan balik penerima layanan), yang mana informasi detail mengenai standar pelayanan dapat diakses melalui tautan [standar pelayanan Disdukcapil Kab. Tanjung Jabung Barat](#) yang disediakan oleh Disdukcapil Kabupaten Tanjung Jabung Barat.<sup>22</sup>

Oleh karena itu, untuk menciptakan pelayanan yang terbaik, tidak hanya didukung oleh visi dan misi, struktur organisasi, moto, dan standar pelayanan, tetapi juga sarana dan prasarana yang mendukung pelaksanaan operasional instansi, yang mana Disdukcapil Kabupaten Tanjung Jabung Barat memiliki sarana dan prasarana mencakup lift, *website*, fasilitas parkir (parkiran umum, CCTV, kendaraan dinas), ruang tunggu pelayanan (kursi tunggu, air conditioner, mesin antrian, televisi, Wi-Fi publik, petugas mesin antrian), fasilitas kamar mandi umum (toilet pria dan wanita, wastafel, tempat wudhu dan cuci tangan, sabun, dan petugas bakar sampah), fasilitas untuk pengguna layanan yang rentan (kursi roda, ruang tunggu, taman bermain anak, pintu keluar dan pintu masuk, toilet difabel), sarana dan prasarana penunjang (mesin *fotocopy*, kantin, mushola, jalur evakuasi, tempat sampah, CCTV kantin dan mushola), serta *front office* (petugas khusus informasi, buku tamu, dan brosur cetak informasi layanan).<sup>23</sup> Dengan demikian, pengelolaan administrasi kependudukan yang efektif tidak hanya bergantung pada kepatuhan terhadap peraturan, tetapi juga pada ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai, serta komitmen pegawai dan staff untuk memberikan pelayanan yang responsif dan akuntabel.

Kartu Identitas Anak (KIA) merupakan salah satu produk dari pelayanan pendaftaran penduduk yang memiliki peranan penting dalam identifikasi anak. Proses penerbitan KIA melalui serangkaian mekanisme yang terstruktur, dimulai dengan

---

<sup>22</sup> “Tentang Kami: Standar Pelayanan” Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, diakses pada 26 September 2024, <https://disdukcapil.tanjabbarkab.go.id/standar-pelayanan/>.

<sup>23</sup> “Layanan: Sarana dan Prasarana,” Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, diakses pada 26 September 2024, <https://disdukcapil.tanjabbarkab.go.id/persyaratan-dokumen/>.

# ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS MANAJEMEN BISNIS

---

pengisian formulir permohonan F-1.02. Setelah pengisian, formulir tersebut akan diverifikasi dan divalidasi oleh petugas. Langkah selanjutnya adalah pencatatan data dalam basis data kependudukan, diikuti dengan pencetakan KIA dan penyerahannya kepada pemohon<sup>24</sup> Apabila KIA hilang, pemohon dapat mengajukan permohonan penerbitan baru dengan melampirkan surat keterangan kehilangan dari kepolisian. Sementara itu, KIA yang rusak dapat dicetak ulang dengan syarat pemohon menyerahkan KIA yang telah rusak dan melampirkan surat permohonan. Masa berlaku KIA juga berbeda-beda, tergantung pada usia anak. KIA untuk anak di bawah lima tahun berlaku hingga anak mencapai usia tersebut, sedangkan untuk anak di atas lima tahun, KIA berlaku hingga mereka berusia 17 tahun kurang satu hari.<sup>25</sup>

KIA dicetak menggunakan mesin cetak khusus, dengan metode pencetakan yang berbeda untuk latar belakang dan informasi personalisasi. Latar belakang KIA dicetak menggunakan teknologi *offset printing*, sementara pencetakan personalisasi menggunakan metode *dye sublimation*.<sup>26</sup> Meskipun demikian, peneliti menemukan beberapa masalah yang sering muncul selama proses pencetakan, salah satunya adalah hasil cetak yang kurang jelas, sehingga informasi identitas anak menjadi sulit dibaca dan mengharuskan pencetakan ulang menggunakan blangko KIA yang baru.

Blangko KIA sendiri punya tujuh *layer* yang secara berurutan mencakup *overlay*, *basic print* bagian depan (tertera tulisan “kartu identitas anak republik Indonesia”, lambang garuda pancasila, peta Indonesia, bendera merah putih, area penempatan hologram yang dilengkapi fitur pengaman seperti *microtext*, dan latar belakang berwarna merah), PETG, *core*, PETG, *basic print* bagian belakang (ada gambar bola dunia, bendera merah putih, tulisan “kartu identitas anak”, fitur pengaman dan data yang dipersonalisasi), *QR Code*, dan *overlay*; blangkonya berwarna merah disertai gradasi *pantone 1797C* dengan material blangko adalah PETG dan dibuat sebesar 85,72 x 54,03 mm; serta menggunakan standar internasional ISO/IEC 7810 yang memastikan kartu aman, efektif, dan kompatibel digunakan pada berbagai perangkat, aplikasi, dan sistem.<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup> “Tentang Kami: Standar Pelayanan”

<sup>25</sup> Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2016, Pasal 4, 5, dan 7 (2016), diakses dari <https://peraturan.bpk.go.id/Details/248391/permendagri-no-2-tahun-2016>.

<sup>26</sup> Permendagri No. 2 Tahun 2016, Pasal 16 angka (1a), (1b), (1c), dan (1d).

<sup>27</sup> Permendagri No. 2 Tahun 2016, Pasal 1 angka (1g).

# ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS MANAJEMEN BISNIS

---

Elemen data KIA meliputi nama, jenis kelamin, NIK, golongan darah, tempat/tanggal lahir, no. KK, nama kepala keluarga, tempat dan tanggal lahir, nomor akta kelahiran, agama, alamat, kewarganegaraan, masa berlaku, tempat penerbitan, kelurahan dan kecamatan, nomenklatur dinas, nama dan tanda tangan kepala dinas akan dicatat menggunakan SIAK.<sup>28</sup>

Sebenarnya, penerapan Kartu Identitas Anak (KIA) telah dimulai pada tahun 2016 melalui Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2016.<sup>29</sup> Inisiatif ini merupakan langkah strategis pemerintah dalam meningkatkan pendataan anak, melindungi hak-hak mereka, serta mempermudah akses terhadap pelayanan publik.<sup>30</sup> Dalam Undang-Undang RI Nomor 23 Tahun 2002 tentang perlindungan anak, disebutkan oleh pasal 5 bahwa setiap anak (merujuk kepada seseorang yang belum berusia 18 tahun termasuk anak yang masih berada di dalam kandungan) berhak memperoleh nama sebagai identitas diri dan status kewarganegaraan, dan pasal 27 menyatakan bahwa tiap anak harus diberikan identitas diri sejak kelahirannya berupa akta kelahiran oleh pemerintah yang diselenggarakan di tingkat kelurahan/desa. Dengan demikian, KIA menjadi identitas resmi yang dikeluarkan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil bagi anak-anak yang berusia di bawah 17 tahun dan belum menikah,<sup>31</sup> melalui KIA diharapkan identifikasi anak dapat dilakukan dengan lebih efektif, memberikan kemudahan dalam berbagai pelayanan publik, serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pencatatan identitas sejak dini.

Anak-anak dan remaja merupakan target utama bagi pemasar, mengingat mereka memiliki kebutuhan yang beragam dan potensi daya beli yang tinggi. Mereka dapat memengaruhi keputusan pembelian orang tua, serta pengalaman masa kecil mereka berkontribusi pada pilihan produk di masa depan.<sup>32</sup> Namun, orang tua harus tetap memantau produk yang dikonsumsi anak-anak, terutama yang memiliki batasan usia, seperti mainan, obat-obatan, akses konten, produk dan makanan tertentu. KIA berfungsi

---

<sup>28</sup> Permendagri No. 2 Tahun 2016, Pasal 17.

<sup>29</sup> Clara Novita Anggraini dkk., *Yuk Jaga Identitas Digital* (CV. Jejak, 2024), 19.

<sup>30</sup> Permendagri No. 2 Tahun 2016, Pasal 2.

<sup>31</sup> Permendagri No. 2 Tahun 2016, Pasal 1 angka (7).

<sup>32</sup> Damiati, *Perilaku Konsumen* (Rajawali Pers, 2017), 121.

# ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS MANAJEMEN BISNIS

---

sebagai alat verifikasi usia, memastikan bahwa produk yang dibeli sesuai dengan tahap perkembangan anak.

Data dari Badan Pusat Statistik tentang persentase penduduk berumur kurang dari sama dengan 18 tahun yang merokok tembakau selama sebulan terakhir menurut kelompok umur dalam kurun waktu 3 tahun berturut-turut (2021-2023) menunjukkan sekitar 0,07 penduduk berusia 10-12 tahun merokok tembakau dengan 1,44 dan 9,59 adalah penduduk berusia 13-15 tahun dan 16-18 tahun. Untuk tahun 2022, persentase penduduk yang merokok tembakau untuk usia 10-12 tahun adalah 0,11 penduduk dengan 1,45 penduduk merupakan usia 13-15 tahun dan 8,92 penduduk berusia 16-18 tahun. Sedangkan pada tahun 2023, terdapat sekitar 0,14 penduduk yang merokok tembakau ternyata berusia 10-12 tahun dengan 1,63 penduduk berusia 13-15 tahun dan 9,30 penduduk merupakan usia 16-18 tahun. Adapun, Badan Pusat Statistik memberikan data mengenai persentase konsumsi alkohol oleh penduduk berumur  $\geq 15$  tahun dalam satu tahun terakhir (liter per kapita) sekitar tahun 2021 dan 2022 pada penduduk perkotaan sekitar 0,18 dengan persentase konsumsi penduduk pedesaan dua tahun berturut-turut adalah 0,60 dan 0,53. Oleh karena itu, berdasarkan pasal 15 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/PER/4/2014 dan pasal 434 ayat 1b Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2024, maka alkohol hanya dapat dijual kepada konsumen berusia 21 tahun atau lebih dengan menunjukkan kartu identitas kepada petugas/pramuniaga dan tiap orang yang menjual produk tembakau dan rokok elektrik dilarang menjual kepada konsumen yang berusia di bawah 21 tahun maupun perempuan hamil.

Kebutuhan akan kartu identitas sebagai alat verifikasi usia dalam transaksi ini menjadi sangat jelas, mengingat adanya data yang menunjukkan proporsi penduduk muda yang terlibat dalam perilaku merokok. Penjual dan pengecer diharapkan untuk memahami dan mematuhi regulasi ini dengan menerapkan sistem verifikasi usia melalui KIA sebagai identitas resmi yang dikeluarkan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. Hal ini penting untuk mencegah kebohongan dan manipulasi data dalam proses pembelian.

Lebih lanjut ditegaskan dalam pasal 434 ayat 1a dan 1f serta ayat 2 pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2024 yang menerangkan bahwa penjual dilarang menjual produk tembakau dan rokok elektrik menggunakan mesin layanan diri

**ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP  
KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS  
MANAJEMEN BISNIS**

---

maupun penjualan melalui jasa situs web dan aplikasi elektronik komersial, namun produk tembakau dan rokok elektrik dapat dijual melalui jasa situs web dan aplikasi elektronik komersial apabila terdapat verifikasi umur. Selain itu, pasal 17 ayat 3 dan 4 pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/PER/4/2014 juga menegaskan bahwa penjualan minuman beralkohol wajib dibuktikan dengan paspor, tanda bukti penumpang (*boarding pass*), dan kartu identitas, sesuai peraturan perundang-undangan. Berdasarkan hal tersebut, sistem verifikasi usia baik secara manual maupun otomatis dapat diterapkan oleh penjual sebagai bentuk inovasi bisnis dalam aspek layanan pelanggan, teknologi verifikasi identitas, serta kepatuhan dan regulasi.

Di samping itu, KIA memiliki beragam manfaat, termasuk untuk pendaftaran pendidikan, rekening tabungan, BPJS Kesehatan, dan klaim asuransi,<sup>33</sup> memudahkan akses terhadap fasilitas umum dan perlindungan hak anak. Oleh karena itu, integrasi KIA sebagai inovasi bisnis dapat diterapkan dalam layanan pelanggan (konfirmasi terhadap identitas dan usia membantu bisnis memberikan pelayanan yang sesuai dengan usia pelanggan), teknologi verifikasi identitas (menciptakan sistem verifikasi digital yang terintegrasi dengan KIA), manajemen data, kebijakan dan kepatuhan (penerapan sistem verifikasi usia secara ketat membantu melindungi anak-anak dari akses ke layanan dan produk yang tidak sesuai usia sehingga perusahaan dikatakan telah melindungi anak-anak dengan cara mematuhi regulasi yang ada), serta keamanan dan perlindungan konsumen. Melalui integrasi KIA, maka perusahaan telah berkomitmen untuk melindungi hak anak-anak dengan cara memberikan pelayanan dan penawaran produk yang sesuai dengan kelompok usianya.

Namun, menciptakan inovasi dalam bisnis menghadapi berbagai tantangan, seperti sejauh mana pelaku usaha mampu merumuskan strategi inovatif yang proaktif, kemampuan perusahaan untuk memahami kebutuhan pelanggan, dan menyesuaikan produk atau layanan dengan perkembangan zaman. Selain itu, perusahaan perlu memberdayakan karyawan, mengelola sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien

---

<sup>33</sup> Anggraini dkk., *Yuk Jaga Identitas Digital*, 19.

# ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS MANAJEMEN BISNIS

---

untuk mendukung inovasi, membangun kolaborasi dengan pihak internal dan eksternal, serta terbuka dalam menerima dan merespons umpan balik dari pelanggan.<sup>34</sup>

Oleh karena itu, integrasi kartu identitas anak (KIA) dalam penjualan dan layanan bisnis digital membawa serangkaian tantangan, baik dari segi teknologi maupun sumber daya manusia. Dari sisi teknologi, perusahaan dihadapkan pada kebutuhan untuk melindungi privasi dan keamanan data pelanggan, guna mencegah kebocoran informasi. Kepatuhan terhadap undang-undang perlindungan data lokal, khususnya yang berfokus pada perlindungan anak dan data pribadi, menjadi prioritas. Pengembangan teknologi untuk verifikasi usia yang akurat dan efisien memerlukan investasi signifikan, baik dari segi waktu maupun biaya. Perusahaan juga perlu meredakan kekhawatiran pelanggan dan membangun kepercayaan melalui komunikasi yang transparan mengenai penggunaan data pribadi, serta memberikan informasi tentang kebijakan dan inovasi layanan yang melibatkan verifikasi usia.

Di sisi lain, tantangan dalam sumber daya manusia berkaitan dengan integrasi KIA yaitu menyiapkan sumber daya manusia yang berkualitas melalui pendidikan dan pelatihan menyeluruh bagi karyawan tentang cara memverifikasi identitas, mengoperasikan fitur keamanan, dan memastikan keaslian dokumen untuk mencapai akurasi verifikasi. Pendidikan dan pelatihan ini merupakan langkah yang harus dilakukan oleh perusahaan mengingat pasal 16 ayat 3 pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/PER/4/2014 menekankan bahwa pembelian minuman beralkohol oleh konsumen hanya dapat dilayani oleh petugas/pramuniaga sehingga pemeriksaan usia juga dilakukan oleh petugas/pramuniaga tersebut.

Tantangan lainnya yakni proses pemeriksaan usia yang dilakukan secara manual dalam memeriksa kartu identitas dapat mengurangi efisiensi dan memperlambat transaksi, karyawan dituntut untuk berhati-hati dalam menangani data pelanggan untuk menghindari kebocoran informasi, dan ketidakjelasan atau tidak terbacanya informasi pada kartu identitas anak dapat menyulitkan karyawan dalam melakukan verifikasi secara akurat. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengimplementasikan berbagai strategi, seperti pelatihan bagi karyawan, penyusunan prosedur yang jelas, serta pengembangan sistem

---

<sup>34</sup> Hendarwati dkk., *Inovasi Bisnis*, 10-11.

# **ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS MANAJEMEN BISNIS**

---

dan teknologi yang mendukung untuk meningkatkan efisiensi layanan dan menjaga privasi pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tanjung Jabung Barat, diketahui bahwa pendekatan metodologi kualitatif terbukti sangat efektif dalam memahami proses pelayanan pendaftaran penduduk dan pencatatan sipil, khususnya terkait dengan Kartu Identitas Anak (KIA). Interaksi langsung dengan petugas memungkinkan pengumpulan data primer yang mendalam mengenai dinamika pelayanan, terutama dalam proses penerbitan KIA, yang melibatkan serangkaian prosedur sistematis dari pengisian formulir hingga penyerahan kartu kepada pemohon.

KIA tidak hanya memiliki masa berlaku yang bervariasi sesuai usia anak, tetapi juga dapat diperoleh melalui prosedur yang fleksibel untuk kasus kehilangan atau kerusakan. Integrasi KIA dalam strategi bisnis menawarkan berbagai manfaat bagi perusahaan, terutama dalam menciptakan sistem verifikasi usia yang efektif, yang pada gilirannya meningkatkan akses bagi anak-anak dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Lebih jauh, KIA berfungsi sebagai alat penting dalam perlindungan anak, memastikan pemenuhan hak-hak mereka dan kemudahan akses terhadap layanan publik. Meskipun terdapat tantangan dalam penerapan KIA di era digital, seperti kebutuhan akan investasi dalam teknologi dan pelatihan sumber daya manusia, serta pengelolaan privasi dan keamanan data, perusahaan diharapkan mampu beradaptasi dengan cepat untuk memenuhi regulasi yang ketat dan menjaga kepercayaan konsumen.

Dengan demikian, integrasi KIA tidak hanya berperan sebagai identitas resmi, tetapi juga sebagai jembatan yang menghubungkan kebutuhan anak-anak dengan kepatuhan regulasi dan inovasi bisnis yang berkelanjutan. Keberhasilan implementasi sistem ini sangat bergantung pada kolaborasi yang efektif antara pemerintah, masyarakat, dan sektor bisnis.

**ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP  
KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS  
MANAJEMEN BISNIS**

---

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraini, Clara Novita dkk. *Yuk Jaga Identitas Digital*. Jawa Barat: CV. Jejak, 2024.  
[https://books.google.co.id/books?id=HTADEQAAQBAJ&newbks=1&newbks\\_redir=0&lpg=PP1&pg=PP1#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=HTADEQAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&lpg=PP1&pg=PP1#v=onepage&q&f=false).
- Damiati. *Perilaku Konsumen*. Depok: Rajawali Pers, 2017.  
[https://books.google.co.id/books?id=VG7fEAAAQBAJ&newbks=1&newbks\\_redir=0&lpg=PA120&dq=konsumen%20anak&pg=PA120#v=onepage&q&f=true](https://books.google.co.id/books?id=VG7fEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&lpg=PA120&dq=konsumen%20anak&pg=PA120#v=onepage&q&f=true).
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. “Layanan: Sarana dan Prasarana.” Diakses pada 26 September 2024, dari <https://disdukcapil.tanjabarkab.go.id/persyaratan-dokumen/>.
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. “Tentang Kami: Moto.” Diakses pada 26 September 2024, dari <https://disdukcapil.tanjabarkab.go.id/moto/>.
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. “Tentang Kami: Standar Pelayanan.” Diakses pada 26 September 2024, dari <https://disdukcapil.tanjabarkab.go.id/standar-pelayanan/>.
- Firdaus, Rahmad dkk. *Tren Bisnis Digital (Optimasi & Optimalisasi Usaha Berbasis Digitalisasi)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.  
[https://books.google.co.id/books?id=zO-nEAAAQBAJ&newbks=1&newbks\\_redir=0&lpg=PA16&dq=inovasi%20model%20bisnis&pg=PA16#v=onepage&q=inovasi%20model%20bisnis&f=false](https://books.google.co.id/books?id=zO-nEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&lpg=PA16&dq=inovasi%20model%20bisnis&pg=PA16#v=onepage&q=inovasi%20model%20bisnis&f=false).
- Hindarwati, Enny Noegraheni dkk. *Inovasi Bisnis (Membangun Keunggulan Bersaing di Era Digital)*. Daerah Istimewa Yogyakarta: PT. Green Pustaka Indonesia, 2024.  
[https://books.google.co.id/books?id=XILzEAAAQBAJ&newbks=1&newbks\\_redir=0&lpg=PA7&dq=inovasi%20bisnis&pg=PA7#v=onepage&q=inovasi%20bisnis&f=false](https://books.google.co.id/books?id=XILzEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&lpg=PA7&dq=inovasi%20bisnis&pg=PA7#v=onepage&q=inovasi%20bisnis&f=false).
- James, Gilad. *Pengantar Etika Bisnis*. Gilad James Mystery School, Tanpa Tahun), Google Books.  
[https://books.google.co.id/books/about/Pengantar\\_Ekonomi\\_Mikro.html?id=bzbAEAAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Pengantar_Ekonomi_Mikro.html?id=bzbAEAAAQBAJ&redir_esc=y).

**ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP  
KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS  
MANAJEMEN BISNIS**

---

- Kanda, Hideyuki dkk. "Age Verification Cards Fail to Fully Prevent Minors from Accessing Tobacco Products," *Tobacco Control*, (2010): 1-3.  
<https://tobaccocontrol.bmj.com/content/20/2/163>.
- Maulana, Yudi. *Concurrent Engineering*. Yogyakarta: Penerbit Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia, 2024.  
[https://books.google.co.id/books?id=6bAPEQAAQBAJ&newbks=1&newbks\\_redir=0&lpg=PA89&dq=regulasi%20produk%20dan%20kepatuhan&pg=PA89#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=6bAPEQAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&lpg=PA89&dq=regulasi%20produk%20dan%20kepatuhan&pg=PA89#v=onepage&q&f=false).
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2016.  
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/248391/permendagri-no-2-tahun-2016>.
- Pichler, Roman. *Strategize: Product Strategy and Product Roadmap Practices for the Digital Age, 2<sup>nd</sup> Edition*. Buckinghamshire: Pichler Consulting, 2022.  
[https://books.google.co.id/books?id=D72HEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=product+strategy&hl=en&newbks=1&newbks\\_redir=0&source=gb\\_mobile\\_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjM4qeO4a-FAxWg6jgGHbZTDCoQ6AF6BAGIEAM#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=D72HEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=product+strategy&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjM4qeO4a-FAxWg6jgGHbZTDCoQ6AF6BAGIEAM#v=onepage&q&f=false).
- Robertson, David J. dan A. Mike Burton. "Checking ID-cards for the Sale of Restricted Goods: Age Decisions Bias Face Decisions." *Applied Cognitive Psychology* 35, (2021): 71-81. DOI: 10.1002/acp.3739.
- Simanihুরুk, Peran dkk. *Memahami Perilaku Konsumen (Strategi Pemasaran yang Efektif pada Era Digital)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.  
[https://books.google.co.id/books?id=eMm8EAAAQBAJ&newbks=1&newbks\\_redir=0&lpg=PP1&pg=PP1#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=eMm8EAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&lpg=PP1&pg=PP1#v=onepage&q&f=false).
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 24 Tahun 2013.  
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/38985/uu-no-24-tahun-2013>.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2002.  
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/44473/uu-no-23-tahun-2002>.
- Usman, Rachmadi. *Hukum Pencatatan Sipil*. Jakarta Timur: Sinar Grafika, 2019.  
[https://books.google.co.id/books?id=bU1WEAAAQBAJ&newbks=1&newbks\\_redir=0&lpg=PA65&dq=bidang%20pendaftaran%20penduduk&pg=PA65#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=bU1WEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&lpg=PA65&dq=bidang%20pendaftaran%20penduduk&pg=PA65#v=onepage&q&f=false).

**ANALISIS INOVASI BISNIS BERUPA INTEGRASI KIA TERHADAP  
KEPATUHAN REGULASI PRODUK DALAM KONTEKS  
MANAJEMEN BISNIS**

---

- Van Hoof, Joris J. “The Effectiveness of ID Readers and Remote Age Verification in Enhancing Compliance with the Legal Age Limit for Alcohol.” *The European Journal of Public Health* 27, no. 2 (2016):357-359. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckw183>.
- Van Hoof, Joris J. dan Ben C. J. van Velthoven. “Remote Age Verification to Prevent Underage Alcohol Sales. First Results from Dutch Liquor Stores and the Economic Viability of National Adoption.” *International Journal of Drug Policy* 26, (2015): 364-370. <http://dx.doi.org/10.1016/j.drugpo.2014.08.013>.
- Wardana, Miko Andi. *Kreativitas Desain Inovasi*. Bali: Penerbit Intelektual Manifest Media, 2023. [https://books.google.co.id/books?id=99zmEAAAQBAJ&newbks=1&newbks\\_redir=0&lpg=PP1&pg=PP1#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=99zmEAAAQBAJ&newbks=1&newbks_redir=0&lpg=PP1&pg=PP1#v=onepage&q&f=false).