

UPAYA GO-JEK DALAM MENINGKATKAN EKSPANSI BISNIS INTERNASIONAL DI VIETNAM TAHUN 2018-2022

Oleh : Febrianti Utari

Dosen Pembimbing : Dr. Saiman S.IP., M.Si

Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R Soebrantas KM 12.5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax 0761-63277

ABSTRAK

Go-Jek merupakan perusahaan start-up karya anak bangsa Indonesia yang telah berekspansi ke beberapa negara di Asia Tenggara. Go-Jek masuk ke Vietnam dengan melakukan investasi pada go-viet. Go-Jek melakukan ekspansi dengan merek lokal "GoViet," memulai ekspansi ke Vietnam pada 2018 dan mengalami berbagai keberhasilan serta tantangan. GoViet diterima dengan baik di pasar Vietnam, khususnya di kota-kota besar. Pada 2020, GoViet melakukan rebranding menjadi Go-Jek, memperkuat identitas dan integrasi dengan ekosistem Go-Jek, serta menawarkan layanan yang efisien melalui teknologi yang lebih maju.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dari sumber sekunder. Data sekunder didapat dari berbagai sumber sekunder seperti buku-buku, dokumen, surat kabar, jurnal, dan situs internet mengenai semua data tentang ekspansi Go-Jek di Vietnam. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Foreign Direct Investment, dengan perspektif liberalisme dan menggunakan level analisa kelompok.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Go-Jek dalam melakukan ekspansi ke Vietnam menghadapi persaingan ketat dari pemain lain seperti Grab, harus menavigasi regulasi dan kebijakan lokal yang kompleks, serta menyesuaikan layanan dengan preferensi dan kebutuhan budaya lokal di Vietnam. Namun dengan strategi dan upaya yang ada Go-Jek berhasil menjadi salah satu pemain utama di pasar Vietnam meskipun menghadapi tantangan signifikan, menunjukkan kemampuan adaptasi dan persaingan yang kuat di pasar internasional.

Kata kunci : Bisnis Internasional, Foreign Direct Investment, Multinational Corporations

ABSTRACT

Go-Jek is an Indonesian-born start-up company that has expanded to several countries in Southeast Asia. Go-Jek entered Vietnam by investing in go-viet, expanding with the local brand "GoViet", starting expansion to Vietnam in 2018 and experiencing successes and challenges. GoViet is well received in Vietnamese markets, especially in big cities. By 2020, GoViet will be rebranding to Go-Jek, strengthening its identity and integration with the GoJek ecosystem, as well as offering efficient services through more advanced technology.

This research uses a qualitative method with a case study approach used to collect and analyze data from secondary sources. Secondary data is obtained from various secondary resources such as books, documents, newspapers, journals, and websites on all data about the Go-Jek expansion in Vietnam. The theory used in this study is Foreign Direct Investment theory, with a liberal perspective and using a group level of analysis.

The results of the research showed that Go-Jek in its expansion to Vietnam faced strict competition from other players such as Grab, had to navigate complex local regulations and policies, as well as adapting services to local cultural preferences and needs in Vietnam. However, with its strategy and efforts, it succeeded in becoming one of the leading players in the Vietnamese market despite facing significant challenges, demonstrating strong adaptability and competitiveness in the international market.

Keywords: International Business, Foreign Direct Investments, Multinational Corporations.

PENDAHULUAN

Go-Jek merupakan perusahaan start-up karya anak bangsa Indonesia yang telah berekspansi ke beberapa negara di Asia Tenggara. Start-up merupakan jenis perusahaan yang baru berdiri dan sedang dalam tahap pengembangan pada pasar dalam negeri maupun pasar internasional. Go-Jek merupakan perusahaan multinasional yang telah memiliki kantor dan beroperasi di beberapa negara Asia Tenggara seperti Singapura, Vietnam dan Indonesia sebagai negara pelopor Go-Jek. Selanjutnya, meskipun Go-Jek merupakan jenis perusahaan star-up namun GoJek telah menembus kelas internasional dan mendapatkan penghargaan emas Asia Sustainability Reporting Rating (ASRRAT) pada tahun 2021, dalam hal ini ASRRAT merupakan ajang penilaian tahunan yang berkesinambungan dengan standar terkemuka di dunia yaitu Global Reporting Initiative (GRI).

Saat aplikasi Go-Jek pertama kali dirilis pada 2015 lalu, pelanggan di luar wilayah Jakarta sudah diperbolehkan menggunakan layanan transportasi Go-Jek. GoJek berekspansi di seluruh Indonesia pada tahun 2015, berekspansi ke industri seperti pengiriman makanan dan penjualan tiket. Dengan semakin luasnya jangkauan layanan yang tersedia di aplikasi, Go-Jek tidak lagi terbatas pada transportasi. Menurut situs

resmi Go-Jek, Go-Jek menjadi startup pertama di Indonesia yang mencapai level Unicorn pada tahun 2016. Unicorn adalah gelar yang diberikan kepada perusahaan baru dengan valuasi perusahaan nominal \$1 miliar atau Rp 14 triliun.

Go-Jek adalah grup teknologi terkemuka di Asia Tenggara dan pionir model aplikasi super terintegrasi. Go-Jek didirikan di Indonesia dengan misi untuk meningkatkan kehidupan melalui teknologi dan membuka pertumbuhan yang lebih inklusif di wilayah ini. Dengan kehadiran di lebih dari 200 kota, kami menyediakan akses ke lebih dari 20 layanan berdasarkan permintaan, termasuk transportasi, pembayaran, pesan-antar makanan, dan banyak lagi. Hingga maret 2020, aplikasi GoJek dan ekosistemnya telah diunduh lebih dari 170 juta kali oleh pengguna di seluruh wilayah.

Vietnam negara pertama yang dijadikan lahan ekspansi Go-Jek di luar Indonesia. Go-Jek masuk ke Vietnam melalui pembentukan kerja sama dengan perusahaan lokal yaitunya Go-Viet. Beberapa hal diupayakan oleh Go-Jek yang merupakan unicorn asal Indonesia dalam bisnisnya menjalani ekspansi ke Vietnam dengan nama brand GoViet. Dalam investasi ini, Go-Jek berkolaborasi dengan mitra lokal dengan mendirikan atau mengambil bagian kepemilikan dalam perusahaan yang sudah

ada. Dalam kurun waktu 3 bulan, Go-Viet telah menarik 1 juta penumpang di Vietnam. Pada agustus 2020, Go-Viet mengganti nama menjadi Go-Jek Vietnam. Dengan adanya ekspansi Go-Jek di Vietnam akan membuka banyak lapangan pekerjaan baru dan memberikan peluang yang sangat besar, karena gaya hidup masyarakat lokal di Vietnam yang sudah modern serta politik yang terbilang stabil. Go-Jek menginvestasikan dana dalam bentuk ekuitas di Go-Viet. Investasi ini memberikan Go-Jek pengaruh yang signifikan terhadap operasional dan strategi bisnis Go-Viet. Go-Jek tidak hanya memberikan dana, namun Go-Jek juga memberikan teknologi, pengetahuan, sistem manajemen operasional yang sudah Go-Jek terapkan di Indonesia. Dengan investasi ini Go-Jek juga membawa brand dan ekosistem dari GoViet ke Vietnam. Go-Viet menjadi bagian dari ekosistem Go-Jek yang lebih luas.

KERANGKA TEORI

1. Perspektif Liberalisme

Penelitian ini berasal dari topik besar studi hubungan internasional, yaitu Politik Ekonomi Internasional. Politik Ekonomi Internasional adalah subjek yang mempelajari hubungan politik dan ekonomi atau antara negara dan pasar. 7Regulasi dalam politik ada untuk memberi kerangka bagaimana pasar dapat bekerja dan kekuatan ekonomi penting bagi kekuasaan politik. Dalam konteks kapitalis, politik dan ekonomi seolah-olah harus ada. Dalam liberalisme negara adalah aktor kunci dalam ilmu hubungan internasional, namun negara bukanlah aktor yang paling penting. Aktor-aktor non-negara seperti individu, organisasi dan kelompok bisnis dapat memiliki peran dalam mempengaruhi

kebijakan negara dan membentuk kesadaran terhadap masyarakat dengan isu yang beragam. Pentingnya globalisasi dalam liberalisme adalah hal yang penting sehubungan dengan pembentukan kesadaran global tersebut. Kemudian, paham liberalisme percaya pada progres dan mengakui rasionalitas.¹

Dalam praktiknya, perspektif liberalisme terbagi menjadi empat aliran. Jackson & Sorensen menjelaskan tentang liberalisme dalam bukunya yang berjudul Pengantar Studi Hubungan Internasional, sebagai berikut :

- Liberalisme Sosiologi: Liberalis yang pertama menjelaskan bahwa Hubungan Internasional tidak hanya mempelajari hubungan antara pemerintah, melainkan turut mempelajari hubungan antara individu, kelompok, dan masyarakat swasta.
- Liberalisme Interdependensi: Liberalis ini menjelaskan tentang modernisasi meningkatkan tingkat interdependensi di antara negara – negara, dan aktor–aktor transnasional menjadi semakin penting.
- Liberalisme Institusional: Liberalisme Institusional menjelaskan bahwa institusi internasional memajukan kerjasama di antara negara–negara.

Liberalis ini menganggap institusi mengurangi masalah yang berkaitan dengan ketidakpercayaan antara negara–negara

¹ George Sorensen(2013). Introduction to international Relations: Theories and Approaches (5 th Ed) .hal 160-162

dan mereka mengurangi ketakutan satu sama lain.

- Liberalisme Republika: Aliran Liberalis yang terakhir ini menjelaskan bahwa negara-negara demokrasi tidak dapat berperang terhadap satu sama lain.

2. Tingkat analisa : Kelompok

Mohtar Mas' oed mengelompokkan level analisa kedalam lima pembagian diantaranya adalah kelompok, individu, kelompok negara, negara bangsa, dan sistem internasional⁵ . Level analisa yang digunakan peneliti adalah Kelompok, pada tingkat analisis kelompok ini mempunyai esensi pada memahami, mempelajari, dan mengevaluasi sikap perilaku suatu kelompok dengan aktor non-negara yang sudah memiliki cakupan wilayah internasional. Level analisis merupakan media yang digunakan dalam penelitian untuk menemukan variabel yang akan digunakan dan memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan tindakan aktor yang menjadi objek penelitian. Menurut Singer mengenai definisi level analisis di dalam karya tulis Dr.Yessi Olivia, SIP, M.IntRel yang berjudul "Level Analisis Sistem dan Teori Hubungan Internasional" ⁶ level analisis adalah target analisis yang digunakan peneliti untuk mendapatkan gambaran, perkiraan, dan penjelasan yang akurat.

Dalam penulisan artikel yang membahas ekspansi Go-Jek di Vietnam menggunakan jenis level analisis sistem. Level analisis sistem mampu memberikan perilaku antara negara yang menimbulkan pola interdependensi, level analisis ini akan menjelaskan pengaruh distribusi kekuatan antar negara

terhadap negara lainnya. Level analisis sistem memberikan dampak kelebihan dan kekurangan, adapun kelebihan dari level analisis sistem memberikan proporsi pada interaksi aktor yang terlibat terlibat dari hasil generalisasi perilaku negara. Kemudian adapun kelemahan dari level analisis sistem adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku negara. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan level analisis kelompok yang akan mendeskriptifkan bagaimana upaya ekspansi Go-Jek dalam bisnis Internasional di Vietnam.

3. Teori : Foreign Direct Investment (FDI)

Dikutip dari buku karya tulis Robert Gilpin Foreign Direct Investment merupakan ekspansi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal, Multinational corporation membutuhkan akses pasar untuk mengekspansi bisnisnya. Untuk itu biasanya MNC melakukan kegiatan foreign direct investment/FDI guna memfasilitasi produksi, transfer teknologi, dan sistem manajemen di negara tujuan (host country). Ekspansi bisnis juga dapat dilakukan melalui kemitraan dengan perusahaan lain, baik dalam bentuk franchise, licensing agreement, joint venture, dan lain-lain.

Perusahaan-perusahaan seperti itu berkembang Luar negeri terutama melalui penanaman modal asing (FDI), yang Tujuannya adalah untuk mencapai kendali sebagian atau seluruhnya atas pemasaran, produksi, atau fasilitas lain di perekonomian lain; investasi semacam itu mungkin Berada di bidang jasa, manufaktur, atau

komoditas. FDI juga dapat menyebabkan hal tersebut Pembelian bisnis yang sudah ada atau pembangunan fasilitas baru (disebut investasi—greenfield). Ekspansi ke luar negeri sering kali disertai dengan merger, pengambilalihan, atau aliansi antar perusahaan Perusahaan berkebangsaan lain. Bahwa tujuan investasi portofolio adalah untuk memperoleh keuntungan finansial atas investasi, FDI, serta Seperti aliansi, merger, dan usaha serupa, biasanya merupakan bagian dari strategi perusahaan internasional untuk membangun posisi permanen di Perekonomian lain.

Go-Jek bisa disebut sebagai FDI (Foreign Direct Investment) di Vietnam karena Go-Jek telah melakukan investasi langsung dengan mendirikan operasionalnya di sana. FDI adalah ketika sebuah perusahaan dari satu negara membangun atau memperluas operasi di negara lain, dengan tujuan untuk memanfaatkan pasar atau sumber daya yang ada di negara tersebut. Dengan demikian, kehadiran Go-Jek di Vietnam tidak hanya sebagai perusahaan asing yang beroperasi di negara tersebut, tetapi juga sebagai investasi langsung yang membawa manfaat ekonomi langsung bagi Vietnam.

METODOLOGO PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang cenderung kontekstual dan umum terhadap pengetahuan yang dipelajari tentang suatu fenomena sosial, dimulai dengan hal-hal yang spesifik kemudian beralih ke fakta-fakta, dan persepsi dari partisipan

dibawah studi²³. Kemudian, jenis penelitian yang digunakan bersifat deskriptif yang memandu penelitian untuk menyelidiki keadaan sosial dalam melakukan studi secara mendalam dan menyeluruh.

Pendekatan kualitatif berfungsi sebagai media dalam memahami fenomena subjek penelitian, seperti minat, persepsi, motif, tindakan dan perilaku ²³ Zuchri Abdussamad. 2021. Metode Penelitian Kualitatif. Makasar: Syakir Media Press. ISSN 978-623-97534-3-6 18 melalui deskripsi verbal dan tertulis. Penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif diimplementasikan dengan menganalisis data-data yang diperoleh tidak berwujud angka atau bilangan, tetapi dalam bentuk uraian narasi.²

Tujuan penggunaan pendekatan deskriptif adalah untuk memperoleh informasi mengenai Peran dan Perkembangan Ekspansi MNC (Multinational Corporation) Go-Jek dalam Bisnis Internasional di Vietnam. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat pendeskripsian pada fakta, gambaran, dan relevansi antara fenomena yang diteliti.³

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan (library research). Metode penelitian kepustakaan (Library Research)

² S. Margono, Metodologi Penelitian Pendidikan Cet 2, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h.39

³ Moh. Nazir, Metodologi Penelitian, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003). Cet.Ke-3, h.54

diterapkan untuk mendapatkan dari berbagai sumber sekunder seperti buku-buku, dokumen, surat kabar, jurnal, dan situs internet. Selanjutnya data yang didapatkan dapat diolah dengan menggunakan teknik analisis untuk mencapai kesimpulan yang baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Aktor non-state Dalam Studi Hubungan Internasional

Dalam dunia hubungan internasional saat ini, bisa dilihat bahwa permasalahan yang dihadapi bukan hanya yang menyangkut kepada perang dan damai saja, namun sekarang lebih mengarah kepada segi ekonomi. Terdapat desakan oleh para aktor yang bermain dalam kegiatan ekonomi untuk membuat sebuah aturan main sehingga mampu menjamin bagi para aktor tersebut untuk bersaing secara sehat. Suatu kebijakan ini sudah menjadi suatu agenda internasional untuk mampu memberikan kenyamanan untuk bersaing bagi para pelaku ekonomi. Merumuskan dan menerapkan kebijakan persaingan bukan sesuatu yang mudah.

Liberalisme ekonomi berarti menjamin bahwa semua pihak yang terlibat dalam ekonomi memiliki kebebasan untuk memutuskan sendiri apa yang akan dikonsumsi, apa yang akan dibuat, dan bagaimana mereka akan diperdagangkan. Liberalisme tidak tanpa aturan; bahkan semua orang setuju bahwa ada aturan. Tidak ada aturan yang mengontrol

kebebasan, dan ini bertentangan dengan prinsip liberalisme ekonomi.²⁶ Liberalisasi mungkin memang akan terjadi terutama karena tekanan-tekanan keadaan, terlepas dari kenyataan apakah masyarakat telah siap menerimanya atau tidak. Tantangan jaman, tantangan dari luar, khususnya globalisasi merupakan dorongan kuat bagi Indonesia untuk terus melaksanakan liberalisasi. Globalisasi telah semakin laju. Proses globalisasi yang meluas ini kemudian menghadirkan aktor lain selain negara, yang kemudian mempunyai pengaruh dan kekuatan yang bersaing dengan aktor negara dalam menjalankan kegiatan ekonomi di suatu negara. Para aktor swasta itu kemudian lebih mudah diarahkan sebagai Multinational Corporate (MNC) dimana dalam hubungan internasional kontemporer, peran MNC tidak dapat lagi dipandang sebelah mata. MNC kini telah menjadi aktor penting yang sejajar dengan Negara, INGO, IGO, dan lainnya.

MNC telah menjadi bursa yang signifikan di era globalisasi sekarang ini. Esensi pekerjaannya di pasar bisa dikatakan telah melampaui negara. Dalam keadaan tertentu, bahkan MNC dapat mempengaruhi peraturan negara dengan tujuan agar keuntungan mereka dapat dicapai. Robert Gilpin mengatakan bahwa MNC adalah perusahaan dari negara tertentu dengan sebagian atau seluruh anak perusahaan yang

dimiliki dalam setidaknya satu ekonomi nasional lainnya. MNC dalam mempertahankan organisasinya pada umumnya akan terus memperluas bidang usahanya ke luar negeri. Salah satu jenis pengembangan pasar adalah melalui Foreign Direct Investment (FDI).

Berbicara mengenai ekonomi politik internasional, maka MNC dan FDI merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Hal ini dikarenakan, dengan melalui investasi ataupun perdagangan, MNC dan FDI dapat meningkatkan pertumbuhan dominasi di pasar global. Dalam mendirikan MNC, terdapat tiga motif utama.

Dalam politik global, Perusahaan Multinasional dapat dikatakan memiliki pengaruh yang kuat. Hal ini disebabkan karena mereka memiliki pengaruh ekonomi dan sumber finansial yang besar, serta luasnya jaringan relasi yang mereka miliki dirasa mampu dengan mudah untuk melakukan negosiasi politik. Salah satu contoh Perusahaan Multinasional asal Indonesia ialah Go-Jek.

2. Ekspansi Go-Jek di Vietnam tahun 2018-2022

Pada bulan agustus 2018, Go-viet diluncurkan di kota Hanoi Vietnam. Perusahaan Go-Viet ini merupakan jasa ojek online publik yang berteknologi seperti halnya Grab yang sudah hadir terlebih dahulu di Vietnam. Go-Viet didirikan dan dikembangkan oleh barisan orang Vietnam dengan penerapan dan jasa suplai di Vietnam. Fundasi Go-Viet

dibantu oleh teknologi yang berkaliber dunia dari Go-Jek asal Indonesia beserta konsultasi keahlian dan sumber investasi dari perusahaan ini.⁴

Go-Jek memiliki teknologi terkemuka di seluruh dunia, serta konsultasi keahlian dan sumber investasi, yang membantu fondasi Go-Viet. Nguyen Vu Duc, Direktur Utama Perusahaan Go-Viet, mengatakan bahwa perusahaan selalu ingin menerapkan semua hasil dari Revolusi Industri generasi keempat di seluruh dunia untuk berkembang di kampung halaman. Oleh karena itu, Perusahaan Go-Viet memutuskan untuk menjadi mitra strategis Go-Jek. Manajernya sepenuhnya orang Vietnam dan sangat memahami pasar Vietnam, dan Go-Jek menawarkan bantuan teknologi dan keuangan kepada Go-Viet.⁵

3. Upaya Gojek Meningkatkan Foreign Direct Investment di Vietnam

Go-Jek perusahaan teknologi asal Indonesia, telah menghadapi persaingan ketat di pasar ojek online Vietnam, terutama dari pemain besar seperti Grab dan perusahaan lokal lainnya. Go-Jek telah menyesuaikan layanannya untuk memenuhi kebutuhan dan

⁴ Dinamika ekspansi Gojek ke Vietnam dan singapura diakses melalui <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/36990/4/Bab%20I.pdf> pada tanggal 03 mei 2024

⁵ Meluncurkan Go-Viet-Produk kerjasama teknologi antara Viet Nam dan Indonesia diakses melalui <https://vovworld.vn/id-ID/rumah-asean/meluncurkan-govietproduk-kerjasama-teknologi-antara-vietnam-dan-indonesia-681487.vov> pada tanggal 03 mei 2024

preferensi pasar Vietnam, karena mereka menyadari bahwa perilaku konsumen di setiap negara dapat berbeda, sehingga mereka menyediakan layanan dengan fitur-fitur yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pasar lokal.

Go-Jek menggunakan strategi promosi agresif, termasuk diskon dan penawaran khusus untuk menarik pengguna baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Misalnya, mereka sering memberikan diskon besar-besaran untuk layanan transportasi dan pengiriman makanan. Go-Jek juga menekankan pada program-program keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Ini termasuk inisiatif untuk mengurangi jejak karbon dan berbagai program bantuan untuk mitra pengemudi. Strategi ini membantu meningkatkan citra perusahaan dan menarik simpati masyarakat Vietnam. Go-Jek memberikan berbagai dukungan kepada pengemudi mereka, seperti pelatihan, asuransi, dan bantuan finansial. Ini membantu meningkatkan loyalitas pengemudi dan memastikan mereka memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. Go-Jek berusaha untuk tetap kompetitif di pasar Vietnam yang sangat kompetitif. Mereka harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan cepat untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka di tengah persaingan yang ketat.

4. Dampak Investasi Go-Jek Di Go-Viet Vietnam

- Dampak Investasi Go-Jek Di Go-Viet Vietnam

Ekspansi Go-Jek ke Vietnam memiliki beberapa keuntungan yang signifikan bagi perusahaan:

- a. Pertumbuhan Pasar Vietnam adalah salah satu pasar yang berkembang pesat di Asia Tenggara. Dengan masuknya Go-Jek, perusahaan dapat memperluas basis pengguna dan menyediakan layanan mereka kepada jutaan pengguna potensial di negara tersebut.
- b. Diversifikasi Portofolio Dengan memasuki Vietnam, Go-Jek dapat memperluas portofolio layanan mereka. Selain layanan transportasi seperti ride-hailing dan pengiriman makanan, mereka dapat menawarkan layanan lain seperti pembayaran digital, e-commerce, dan layanan keuangan, yang semuanya dapat menghasilkan pendapatan tambahan.
- c. Skala Ekonomi Dengan meningkatkan jumlah pengguna dan transaksi di Vietnam, Go-Jek dapat mencapai skala ekonomi yang lebih besar. Ini dapat mengurangi biaya relatif per transaksi, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan profitabilitas keseluruhan perusahaan.
- d. Kemitraan Strategis Ekspansi ke Vietnam juga memungkinkan Go-Jek untuk membentuk kemitraan strategis dengan bisnis lokal. Ini dapat membantu Go-Jek memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pasar lokal, memperluas jangkauan layanan, dan meningkatkan citra merek di Vietnam.
- e. Penguatan Brand

Global Dengan hadir di Vietnam, Go-Jek juga memperkuat citra merek mereka sebagai perusahaan teknologi berbasis platform yang beroperasi di tingkat global. Ini dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dan investor di berbagai pasar. f. Penelitian dan Pengembangan Ekspansi ke pasar baru seperti Vietnam memberikan kesempatan bagi Go-Jek untuk melakukan penelitian dan pengembangan lebih lanjut. Mereka dapat mengumpulkan data tambahan tentang preferensi pengguna, perilaku konsumen, dan tren pasar di Vietnam, yang dapat digunakan untuk meningkatkan produk dan layanan mereka secara keseluruhan

g. Keuntungan Kompetitif Dengan masuknya ke pasar Vietnam, Go-Jek dapat memperoleh keuntungan kompetitif atas pesaing mereka yang belum memasuki pasar tersebut. Mereka dapat memperluas pangsa pasar mereka sebelum kompetitor lain dapat membangun kehadiran yang kuat di sana.

- Keuntungan Go-Jek Bagi Negara Vietnam

Ekspansi Gojek ke Vietnam tidak hanya memberikan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri, tetapi juga bagi negara Vietnam secara keseluruhan.

a. Penciptaan Lapangan Kerja Masuknya Go-Jek ke Vietnam akan menciptakan lapangan kerja baru bagi penduduk lokal. Ini termasuk tidak hanya pekerjaan di dalam perusahaan Go-Jek itu sendiri, tetapi juga pekerjaan di sektor-sektor yang terkait, seperti mitra pengemudi, restoran, dan usaha kecil lainnya yang bekerja sama

dengan Go-Jek. Go-Jek menyediakan peluang pekerjaan bagi banyak individu sebagai pengemudi sepeda motor untuk layanan transportasi dan pengiriman barang. Ini membuka lapangan pekerjaan bagi mereka yang mungkin kesulitan menemukan pekerjaan di sektor formal.

b. Peningkatan Pendapatan

Dengan adanya kesempatan kerja baru, pendapatan masyarakat Vietnam secara keseluruhan dapat meningkat. Pengemudi Gojek dan mitra usaha lainnya dapat meningkatkan pendapatan mereka melalui kerjasama dengan perusahaan tersebut, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya beli dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

c. Akses Layanan yang Lebih Baik Go-Jek membawa berbagai layanan yang bermanfaat bagi masyarakat, seperti ride-hailing, pengiriman makanan, pembayaran digital, dan lain-lain. Dengan hadirnya Go-Jek, masyarakat Vietnam akan memiliki akses yang lebih baik terhadap layanan-layanan ini, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kenyamanan dan efisiensi kehidupan sehari-hari mereka.

d. Peningkatan Ekonomi

Lokal (UMKM) Layanan seperti GoFood membantu restoran kecil dan pedagang makanan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan melalui platform online, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UMKM).

e. Peningkatan Mobilitas

Layanan ride-hailing dari Go-Jek dapat meningkatkan mobilitas

masyarakat, terutama di kota-kota besar di Vietnam. Ini dapat membantu mengurangi kemacetan lalu lintas, mengurangi emisi gas buang, dan meningkatkan efisiensi transportasi secara keseluruhan.

f. Pendorong Inovasi

Kehadiran Go-Jek di Vietnam dapat menjadi pendorong inovasi dalam sektor layanan dan teknologi. Persaingan dengan perusahaan lokal dan internasional dapat mendorong perkembangan teknologi baru, model bisnis yang lebih efisien, dan solusi-solusi kreatif untuk tantangan yang dihadapi masyarakat Vietnam.

KESIMPULAN

Fokus penelitian ini adalah tentang bagaimana upaya Go-Jek dalam meningkatkan ekspansi bisnis internasional di Vietnam tahun 2018-2022. Penelitian ini didasarkan oleh hadirnya Go-Jek di Vietnam melalui Go-Viet. Go-jek melakukan ekspansi ke Vietnam melalui investasi pada go-viet asal Vietnam. Foreign Direct Investment Go-Jek pada GoViet mengambil bentuk investasi modal langsung dari Go-Jek ke GoViet, perusahaan yang beroperasi di Vietnam. Dalam hal ini, Go-Jek menjadi investor asing yang menanamkan modal langsungnya ke dalam GoViet untuk mendukung ekspansi dan pertumbuhan bisnisnya di Vietnam.

Ekspansi Go-Jek ke Vietnam mendapatkan cukup banyak hambatan dan tantangan. Tantangan dan hambatan yang dihadapi Go-Jek seperti regulasi, persaingan, teknologi dan infrastruktur, adanya kemitraan local serta terjadi pandemi Covid-19. Kemitraan dengan perusahaan lokal, seperti dengan perusahaan teknologi lokal di Vietnam, merupakan langkah strategis yang cerdas. Ini memungkinkan GoJek untuk

memahami lebih baik pasar lokal, serta menghindari hambatan hukum dan regulasi yang mungkin ada di negara asing. Dengan demikian, Go-Jek dapat membangun GoViet sebagai merek lokal yang diterima dengan baik oleh masyarakat Vietnam.

Adaptasi terhadap preferensi pasar lokal adalah kunci kesuksesan. Go-Jek telah memodifikasi layanan Go-Jek agar sesuai dengan kebutuhan dan budaya Vietnam. Misalnya, Go-Jek memperkenalkan layanan pengiriman makanan yang menawarkan hidangan lokal favorit, serta menyesuaikan model tarif mereka agar terjangkau bagi masyarakat Vietnam. Dengan melakukan ini, Go-Jek mampu menarik minat dan kepercayaan konsumen Vietnam.

Go-Jek dapat menjadi platform bagi para pelaku usaha lokal untuk mempromosikan dan menjual produk Go-Jek. Ini dapat membantu meningkatkan daya saing dan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. Kehadiran Go-Jek juga mendorong inovasi teknologi di Vietnam. Perusahaan teknologi lokal dapat terinspirasi untuk mengembangkan solusi serupa atau bahkan bersinergi dengan GoJek untuk meningkatkan layanan Go-Jek. Go-Jek membuka kesempatan kerja baru bagi orang Vietnam. Sebagai pengemudi atau mitra pengemudi, orang dapat mendapatkan tambahan uang atau bahkan menjadikannya pekerjaan utama mereka. Go-Jek dapat meningkatkan sistem transportasi dengan teknologi canggih. Ini dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya transportasi dan mengurangi kemacetan lalu lintas.

Go-Jek tidak hanya menyediakan transportasi tetapi juga menawarkan layanan tambahan seperti pembayaran online, pengiriman barang, pengiriman makanan, dan banyak lagi. Selain memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih luas, hal

ini meningkatkan ekosistem bisnis lokal. Untuk itu ekspansi yang dilakukan Go-Jek berhasil terlaksana dan mengalami perkembangan di Vietnam. Meskipun ada beberapa tantangan, Gojek berhasil mengukuhkan dirinya sebagai salah satu pemain utama di pasar ride-hailing dan layanan on-demand di Vietnam. Keberhasilan ini menunjukkan kemampuan Gojek untuk bersaing dan beradaptasi di pasar internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardelia, E. (2023). *Dinamika Ekspansi Gojek Di Vietnam* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Budiman, A. (2022). *Analisis Perbandingan Ekspansi Gojek di Vietnam dan Filipina Tahun 2018= Comparative Analysis of Gojek's Expansion in Vietnam and the Philippines in 2018* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Cahyadi, R. (2011). *Global Governance: Perspektif Liberalisme*. JOD Fisip Unbara, 4(8), 1-7.
- Chaerunisa, F., Darmastuti, S., & Widiastutie, S. (2022). *Foreign direct investment of Indonesian leading startup unicorn in Vietnam to enhance digital workforce*
- Ciptaning.Aprilia. 2020. *GoViet Resmi Ganti Nama Jadi Gojek Vietnam*. Diakses melalui <https://www.trenasia.com/goviet-resmi-ganti-nama-jadi-gojek-vietnam>
- Go-Jek. 2022. Diakses melalui <https://www.gojek.com/blog/gojek/ekspansii-nternasional-go-jek-di-vietnam-dan-thailand-tahap-pertama>
- Jose, H. S., Firdausa, P. A., Khalifah, M., & Ayuningsih, N. (2021). *Corporate Diplomacy GO-JEK Melalui Pendirian GO-VIET 2018-2020: Tinjauan Nation Branding Indonesia Di Vietnam*. Jurnal Renaissance, 6(02), 817-828.
- Jose, H. S., Firdausa, P. A., Khalifah, M., & Ayuningsih, N. (2021). *The Impact Of Corporate Governance Mechanisms On Firm Performance In Vietnam*. Jurnal Renaissance, 6(02), 817-828.
- Krismanto. Hari. 2019. *Unicorn Startup: Definisi dan Pengaruhnya Terhadap Industri 4.0*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/7rcja>
- Maulidya, A. D., Prasetyo, B., Salsabilla, M., & Prakasya, R. A. (2020). *Analisis Ekspansi Go-Jek di Singapura Tahun 2018 Melalui Foreign Direct Investment (FDI)*. Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi), 3(3), 262. <https://doi.org/10.32493/skt.v3i3.4833>
- Olivia.Yessi. *Level Analisis Sistem dan Teori Hubungan Internasional*
- Sardjono, A. H., Meilina, D. G., Saragih, K. F. S., & Prasetyo, L. P. (2021). *Analisa Kerjasama Indonesia Dengan Asia Pasific Economic Cooperation (APEC) Dalam Bidang Keimigrasian*. Jurnal Inovasi Penelitian, 1(12), 10.
- Syahadat, R. M., & Peranginangin, J. (2023). *Market Entry Strategies di Era Digital: Sebuah Tinjauan*. SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah, 2(11), 4766-4774.
- Trùng Lăng. 2024. *Viettonkin. The Dominance Of The Ride-hailing Services In Vietnam: Investment Opportunities Analysis*.