

***CORPORATE DIPLOMACY* GOJEK SELAMA MASA EKSPANSI DI
KAWASAN ASIA TENGGARA**

(Skripsi)

**Oleh:
M. ABDUL FATTAH AL HAFFIZH
NPM 2116071084**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

***CORPORATE DIPLOMACY* GOJEK SELAMA MASA EKSPANSI DI KAWASAN ASIA TENGGARA**

Oleh
M. ABDUL FATTAH AL HAFFIZH

Gojek merupakan perusahaan teknologi Indonesia, yang beberapa waktu lalu melakukan ekspansi internasionalnya ke Asia Tenggara sejak tahun 2018. Namun upaya ekspansi Gojek ke Asia Tenggara tetap tidak optimal, yang membuat Gojek tidak dapat memasuki negara ekspansinya, sehingga ini menimbulkan pertanyaan “Bagaimana upaya diplomasi korporasi Gojek selama masa ekspansi di kawasan Asia Tenggara?”. Tujuan penelitian ini yang pertama ialah mendeskripsikan upaya diplomasi korporasi Gojek dalam selama masa ekspansi di kawasan Asia Tenggara, dan yang kedua ialah mendeskripsikan peran diplomasi korporasi Gojek terhadap legitimasi *Regulative*, *Pragmatic*, dan *Moral* Gojek di negara kawasan Asia Tenggara.

Penelitian ini menggunakan konsep diplomasi korporasi untuk mendeskripsikan aktivitas bisnis internasional Gojek selama melakukan ekspansi ke Asia Tenggara serta peran dari diplomasi korporasi dalam memengaruhi legitimasi organisasi di negara tujuan. Metode yang digunakan kualitatif deskriptif, fokus pada aktivitas bisnis internasional Gojek selama masa ekspansi ke Asia Tenggara, teknik pengumpulan data studi dokumen, sumber data sekunder dari laman resmi, media lepas, dan laporan tahunan perusahaan. Dengan menggunakan teknik analisis data: kondensasi data, display data, dan penarikan kesimpulan.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa selama ekspansi Gojek ke Asia Tenggara, Gojek telah melakukan serangkaian komponen diplomasi korporasi di setiap negara tujuannya. Dari diplomasi korporasi yang dilakukan Gojek menunjukkan hasil positif di negara Vietnam, Thailand dan Singapura di setiap legitimasinya pada *Regulative*, *Pragmatic*, dan *Moral*, namun berbanding terbalik di Filipina, Gojek belum dapat memasuki Filipina walau sudah melakukan upaya kerjasamanya dengan Pace Crimson Group dalam akuisisi saham Gojek di Filipina. Hal ini menunjukkan bahwa Gojek belum mampu mendapatkan legitimasi regulatif di Filipina.

Kata Kunci: Diplomasi Korporasi, Gojek, Ekspansi, Asia tenggara

ABSTRACT**CORPORATE DIPLOMACY OF GOJEK IN CAPITAL EXPANSION IN
SOUTHEAST ASIA 2018-2024**

By
M. ABDUL FATTAH AL HAFFIZH

Gojek is an Indonesian technology company that initiated its international expansion into Southeast Asia in 2018. However, Gojek's expansion efforts in the region have not yielded optimal results, as the company has been unable to fully penetrate its target markets. This raises the question: How has Gojek exercised corporate diplomacy during its expansion in Southeast Asia? The primary aim of this study is to describe Gojek's corporate diplomacy efforts throughout its expansion in Southeast Asia, and secondly, to examine the role of corporate diplomacy in shaping Gojek's Regulative, Pragmatic, and Moral legitimacy in the region. This research applies the concept of corporate diplomacy to analyze Gojek's international business activities during its expansion and to assess how these efforts influenced organizational legitimacy in each target country. The study employs a qualitative descriptive method, focusing on Gojek's international business activities during the expansion period. Data collection was conducted through document study, utilizing secondary sources such as official websites, independent media, and the company's annual reports. The data analysis process involved data condensation, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that during its expansion into Southeast Asia, Gojek implemented various components of corporate diplomacy tailored to each destination country. The outcomes of these diplomatic efforts were generally positive in Vietnam, Thailand, and Singapore, as Gojek was able to achieve Regulative, Pragmatic, and Moral legitimacy in those countries. Conversely, the case in the Philippines demonstrated a different result; despite Gojek's attempted partnership with Pace Crimson Group through a share acquisition, the company has not succeeded in entering the Philippine market. This indicates that Gojek has yet to secure regulative legitimacy in the Philippines.

Keywords: *Corporate Diplomacy, Gojek, Expansion, Southeast Asia*

**DIPLOMASI KORPORASI GOJEK SELAMA MASA EKSPANSI DI
KAWASAN ASIA TENGGARA**

Oleh

M. ABDUL FATTAH AL HAFFIZH

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL**

Pada

**Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi : **DIPLOMASI KORPORASI GOJEK SELAMA
MASA EKSPANSI DI KAWASAN ASIA
TENGGARA**

Nama Mahasiswa : **M. Abdul Fattah Al Haffizh**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2116071084**

Program Studi : **Hubungan Internasional**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**




Astiwi Inayah, S.IP., M.A.
NIP. 199105022020122020


Fahmi Tarumanegara, S.IP., M. Si., M.B.A.
NIP. 198008252014041001

2. **Ketua Jurusan Hubungan Internasional**


Simon Sumanjoyo H, S.A.N, M.P.A.
NIP. 198106282005011003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua Astiwi Inayah, S.IP., M.A



Sekretaris Fahmi Tarumanegara, S.IP., M.Si., M.B.A.



Penguji Moh. Nizar, S.IP., M.A



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.
NIP. 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 14 Mei 2025

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan komisi pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 14 Mei 2025
Yang membuat pernyataan,



M. Abdul Fattah Al Haffizh
NPM 2116071084

RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap M. Abdul Fattah Al Haffizh, lahir pada 17 Maret 2002 di Kota Pagar Alam, Sumatera Selatan. Merupakan anak pertama dari empat bersaudara, dari pasangan Bapak Suyanto dan Ibu Leka. Penulis menempuh pendidikan pertama di TK Al-Azhar, dilanjutkan di MI Darussalam Pagar Alam, SMP Negeri 02 Pagar Alam, dan kemudian lulus dari SMA Negeri 04 Lahat dengan konsentrasi IPS.

Di tahun 2021, penulis melanjutkan pendidikan sarjana di jurusan Hubungan Internasional, Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Penulis menyukai kegiatan *outdoor* dimulai dari *ngetrack* di gunung dengan komunitas *Mount Track Bike* (MTB) Besemah, hingga *Hiking* ke beberapa Curug yang ada di Pagar Alam. Penulis juga menyukai beragam jenis buku, baik fiksi maupun non-fiksi, salah satu *author* yang penulis suka ialah Kim Sanghyun, dengan salah satu karyanya yang sangat berpengaruh terhadap penulis ialah “*Siapa yang datang ke pemakamanku saat aku mati?*”. Selama perjalanannya hidup, penulis juga memiliki kebiasaan menulis sesuatu di buku mengenai apa yang penulis alami di setiap hari, dan juga mengabadikan momen-momen yang berharga dalam kehidupan penulis.

Semasa kuliah, penulis juga aktif dalam beberapa organisasi tingkat Universitas, di awal masa kuliah penulis mencoba mengikuti Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Fakultas Hukum yaitu Model United Nations (MUN) yang merupakan UKM relevan terhadap studi penulis. di semester enam Penulis telah mengikuti UKM Penelitian dan menjadi kepala department Hubungan Luar dan Pengabdian Masyarakat pada periode 2024. Selain kegiatan organisasi penulis juga aktif mengikuti lomba baik nasional maupun internasional, penulis pernah meraih juara harapan 1 Essai Himakta Unila 2023, dan juga pernah memperoleh *Gold Medal* di ajang *International Science and Invention Fair* di tahun 2024.

MOTTO

**"Dan Dia lah yang menciptakan malam dan siang, matahari dan bulan.
Masing-masing dari keduanya beredar pada garis orbitnya."**

-QS. Al-Anbiya: 33-

"Kebahagiaan bergantung pada tanggung jawab kita sendiri"

-Kim Sang-hyun-

"Jaga apinya, hadapi harinya, teruslah kau begitu"

-Lomba Sihir-

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, saya panjatkan puji kehadiran Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan kekuatan-Nya yang telah mengiringi saya di setiap proses dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dengan rasa bangga saya persembahkan karya ini sebagai tanda bakti kepada kedua orang tua yang saya hormati dan saya sayangi

Ayah Suyanto dan Ibu Leka

Terima kasih atas setiap doa, dukungan, dan kasih sayang yang tak terhingga.

Kepada:

Muthia Zahira Fatimah, Hanum Maisyah, dan Nur Faizah

Ketiga saudari yang juga telah memberikan doa dan dukungan yang terbaik.

Keluarga Besar

Yang selalu memberikan doa dan dukungannya.

Kepada para dosen yang telah berbagi ilmu dan pengalaman, kepada para sahabat, teman seperjuangan yang ada dalam suka duka semasa perkuliahan, serta rekan-rekan dan pihak-pihak yang selalu memberikan dukungannya, penulis ucapkan terima kasih.

Dan untuk Alamamater tercinta,

Universitas Lampung

SANWACANA

Alhamdulillah *rabbil'alamin*. Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, atas setiap berkah, rahmat, dan karunia-Nya dalam proses penyusunan skripsi yang berjudul ***Corporate Diplomacy Gojek Selama Masa Ekspansi Di Kawasan Asia Tenggara*** dari awal hingga selesai. Skripsi ini berguna sebagai pemenuhan syarat bagi penulis dalam menyelesaikan studi dan mendapat gelar sarjana Hubungan Internasional di Universitas Lampung. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada setiap pihak yang telah membantu memberikan masukan, saran, doa, dan semangat kepada penulis, yaitu:

1. Allah SWT. yang telah memberikan ridho dan nikmat-Nya: kesehatan, kesempatan, kelancaran, serta kebahagiaan dalam proses ini.
2. Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Simon Sumanjoyo H, S.A.N., M.P.A., selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bang Hasbi Sidik, S.IP., M.A., selaku Sekretaris Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Mba Astiwi Inayah, S.IP., M.A., selaku Dosen Pembimbing Utama dan Pembimbing Akademik yang telah memberikan bantuan dan arahnya dalam masa penyusunan skripsi ini sampai selesai. Serta telah menjadi dosen pembimbing akademik dari awal perkuliahan. Ada banyak pelajaran berharga yang penulis dapatkan dari Mba Tiwi, baik dalam proses skripsi maupun selama menjadi mahasiswa bimbingan akademik di angkatan 2021.
6. Mas Fahmi Tarumanegara, S.IP., M.Si., M.B.A., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang telah melalui proses dari awal hingga akhir. Serta memberikan banyak arahan dan ilmu yang tidak ternilai bagi penulis. Terima kasih banyak karena telah memberikan waktu dan banyak pembelajaran berharga bagi penulis untuk

menjadi bekal baik, tidak hanya sebatas skripsi tapi juga bermanfaat bagi kehidupan penulis kedepannya.

7. Mas Moh. Nizar S.IP., M.A., selaku Dosen Pembahas. Terima kasih banyak telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, saran, dan masukan yang sangat membangun dalam proses penyusunan skripsi ini hingga dapat menjadi lebih baik.
8. Seluruh dosen yang mengajar di Jurusan Hubungan Internasional, terima kasih atas setiap ilmu dan pelajaran yang berharga bagi penulis.
9. Seluruh staf dan karyawan Jurusan Hubungan Internasional dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Terima kasih telah membantu berbagai proses administratif penulis.
10. Keluarga: kedua orang tua penulis: ibu dan ayah, ketiga saudari penulis, kemudian kakek, nenek, paman, bibi, serta semua saudara sepupu. Terima kasih atas doa dan dukungan yang menjadi semangat bagi penulis dalam menyelesaikan proses perkuliahan ini dengan baik.
11. Teman-Teman SHS Pagar Alam; Agung, Fadil, Aji, Daffa, Aliff, Zebran sebagai sahabat selama masa SMA 9 tahun bersama hingga saat ini, terimakasih telah menjadi rekan seperjuangan dalam proses menjadi lebih baik, terimakasih telah menjadi bagian warna dari hidup penulis.
12. Teman-teman UKM Penelitian 2022 hingga 2024, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah menjadi bagian cerita dalam perjalanan hidup penulis, menjadi tempat berkembang dan juga menjadi tempat penulis menemukan lingkungan yang positif dan supportif.
13. Anggota HLPM 2024; Likia, Rahman, Aprillia, Isnai, Ridwan, Bagas, Glyss, Nurfit, Sasa, Cerli, Sukma, Fitri, Mala, Rajip, Sukria, Eva, Nadia, Erina, Adha, Vivin dan Dwi. Terimakasih telah menjadi bagian dari keluarga kecil yang selalu ceria, semangat dan menebar energi positif di kepengurusan HLPM 2024. Terimakasih juga untuk semua waktu dan kesempatan yang telah dicurahkan selama periode 2024.
14. Pengurus HLPM 2024 Lulu dan Una, penulis sampaikan terimakasih kepada dua rekan terbaik, yang telah mendukung penulis selama masa kepengurusan di UKM perkuliahan berlangsung.

15. Sahabat Penulis, Ade Kurnia, menjadi sahabat penulis selama masa perkuliahan dan organisasi, seseorang yang selalu membantu tanpa berharap balasan, yang telah menjadi bagian cerita penulis selama masa kuliah.
16. Teman-teman DadakDidikDuduk; Karin, Ade, Lulu, Unak, Sofia, Anmar, Agung, Yuli, Shulton, Erina, Rena, Rani, dan Anlima. Terimakasih telah menjadi tempat yang selalu penulis datangi hampir setiap hari selama masa kepengurusan organisasi di perkuliahan.
17. Teman-teman RSJ Dr. Angel; Sofya, Ade, Udin, Novan, penulis ucapkan terimakasih menjadi tempat yang nyaman dan supportif bagi penulis selama masa perkuliahan, tempat bercerita, tempat bermain, tempat tertawa, dan bercanda. Terimakasih telah membantu penulis selama kehidupan masa kuliahnya, menjadi teman yang selalu
18. Terimakasih untuk kakak tingkat yang sudah menjadi pembimbing serta teman yang hangat dan akrab di semasa kuliah, kak indah, kak Ratih, dan kak Rilly. Pertemanan itu telah mengantarkan kita sampai saat ini.
19. Kepada teman-teman seperjuangan masa kuliah, Bismillah Wisuda, Adel, Dini, Masdianto, dan Arsyifa, terimakasih telah menjadi tempat bagi penulis selama masa kuliah, dari teman kelompok sampai teman bermain sampai saat ini, tempat yang mendukung penulis mencapai titik ini, tempat bercanda dan belajar bersama.
20. Kepada BuBer, Dilla, Sophal, Joya, Dapa, dan Galuh. Terimakasih telah menjadi teman penulis di semasa kuliah, menjadi tempat penulis dalam bercanda dan tertawa, menjadi tempat yang telah mewarnai kehidupan penulis semasa kuliah.
21. Kepada teman-teman semester 6 yang tidak mengikuti magang; Azaradita, Rahmalia, dan Jase. Terimakasih telah menemani penulis selama semester 6, pertemanan yang tidak terduga telah menghantarkan kita sampai sekarang.
22. Kepada teman-teman KKN; Grecia, Adilah, Iqbal, Deswita, Silva, dan Dandi. Penulis ucapkan terimakasih atas waktu bersama selama 40 hari, menjalin kebersamaan dan kekeluargaan yang telah tersimpan di diri penulis.

23. Terimakasih kepada Kim-Sanghyun, penulis buku yang saya gemari. Terimakasih untuk karyanya yang banyak telah membuat sadar akan hal di hidup yang sering penulis tidak sadari.
24. Kepada seseorang yang penulis tidak bisa sebutkan namanya. Derai ombak itu pergi hancurkan kapal, angin itu datang mencuri hangatnya api, dan petir itu membungkam cahaya harapan. Walaupun hal yang kita jaga telah sirna, namun perasaan tidak dapat membohongi kita. Terimakasih sekali lagi penulis ucapkan yang telah memberi warna terang dan cerah di kehidupan penulisan sampai saat ini.
25. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri yang telah melalui banyak ombak dan badai, telah mendaki tingginya gunung, dan mengarungi derasnya lautan selama masa mencapai tujuan dalam bentuk kebanggaan. Teruslah tetap berjuang, jangan kalah dengan keadaan, setiap kesulitan ada kemudahan.

Bandar Lampung, 14 Mei 2025
Yang membuat pernyataan,

M. Abdul Fattah Al Haffizh
NPM. 2116071084

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	14
DAFTAR GAMBAR	15
DAFTAR SINGKATAN	17
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Konseptual	10
2.3 Kerangka Pemikiran	14
III. METODE PENELITIAN	17
3.1 Jenis Penelitian	17
3.2 Fokus Penelitian	18
3.3 Teknik Pengumpulan Data	18
3.4 Sumber Data	19
3.5 Teknik Analisis Data	20
IV. PEMBAHASAN	21
4.1 Kondisi Umum Negara Asia Tenggara	21
4.2 Diplomasi Korporasi Gojek di Asia Tenggara	37
4.3 Peran Diplomasi Korporasi Gojek terhadap Legitimasi Organisasi	54
V. KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Gambar 1.1 <i>Sea Internet Economy Market Size</i>	3
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	15
Gambar 4.1.1 <i>Rate Inflation Singapore in 5 Years 2020-2025</i>	22
Gambar 4.1.2 Populasi Penduduk Vietnam Tahun 2012 hingga 2023.....	25
Gambar 4.1.3 Persentase Pengguna Sepeda Motor Asia Tenggara.....	26
Gambar 4.1.4 <i>Ride Sharing Popularity in Vietnam (2018)</i>	27
Gambar 4.1.5 Jumlah Pengguna Motor di Asia Tenggara.....	30
Gambar 4.1.6 Grab Tuktuk.....	33
Gambar 4.2.1 Logo Gojek Vietnam (Go-Viet).....	43
Gambar 4.2.2 Logo Gojek Thailand (GET).....	45
Gambar 4.2.3 Gojek Thailand X SCB (<i>Siam Commercial Bank</i>).....	47
Gambar 4.3.1 <i>Creating Shared Values</i> Gojek di Vietnam.....	53
Gambar 4.3.2 Gojek menerima penghargaan “ <i>Best Places To Work 2023</i> ”	55

DAFTAR TABEL**Tabel**

Tabel 1.1 Data Investor Gojek 2015-2018.....	2
Tabel 4.1.1 Kondisi Negara di Wilayah Asia Tenggara.....	35
Tabel 4.2.1 Indikator Diplomasi Gojek di Negara Tujuan.....	51
Tabel 4.3.1 Legitimasi Gojek di Asia Tenggara.....	61

DAFTAR SINGKATAN

IPO	: <i>Initial Public Offering</i>
GDP	: <i>Gross Domestik Product</i>
GTV	: <i>Gross Transaction Value</i>
USD	: <i>United States Dollar</i>
ATU	: <i>Annual Transaction User</i>
VND	: <i>Vietnamese Dong</i>
SGD	: <i>Singapore Dollar</i>
THB	: <i>Thai Bhat</i>
LTFRB	: <i>Land Transportation Franchising and Regulatory Board</i>
PDB	: <i>Pendapatan Domestik Bruto</i>
PNB	: <i>Pendapatan Nasional Bruto</i>
PERC	: <i>Political and Economic Risk Consultancy</i>
GST	: <i>Gross and Service Tax</i>
DTA	: <i>Double Tax Agreement</i>
CIT	: <i>Corporate Income Tax</i>
ACRA	: <i>Accounting and Corporate Regulatory Authority</i>
PLC	: <i>Private Limited Company</i>
COE	: <i>Certificate of Entitlement</i>
IMF	: <i>International Monetary Fund</i>
WFOE	: <i>Wholly Foreign Owned Enterprise</i>
IRC	: <i>Investment Registration Certificate</i>
ERC	: <i>Enterprise Registration Certificate</i>
BCC	: <i>Bussiness Cooperation Contract</i>
VAT	: <i>Valuable Additional Tax</i>
BOI	: <i>Board of Investment Company</i>
FBL	: <i>Foreign Bussiness License</i>
IRAS	: <i>Inland Revenue Authority of Singapore</i>
TIN	: <i>Tax Identification Number</i>
TNC	: <i>transport network company</i>
BEI	: <i>Bursa Efek Indonesia</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gojek merupakan *startup* digital Indonesia yang berkembang pesat di beberapa tahun terakhir. Gojek awalnya hanya merupakan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang mampu mengembangkan perusahaannya menjadi perusahaan besar di Indonesia yang beberapa waktu *go International*. Munculnya gojek pertama kali dimulai sebagai layanan *call center* dengan hanya 20 pengemudi ojek (Tech in Asia, 2015), pendapatan Gojek kala itu hanya ditunjang dari komisi mitra pengemudi ojek yang menjadi sumber utama dan saat ini Gojek mampu menghasilkan pendapatan bersih yang mencapai Rp 14,79 triliun pada tahun 2023 (Bloomberg Technoz, 2023). Gojek hanya memiliki 20 mitra pengemudi ojek pada tahun 2010 seiring berjalannya waktu mitra Gojek berkembang pesat sebanyak 2,00 juta mitra pengemudi dan 1,00 juta mitra usaha UMKM, pertumbuhan Gojek ini ditutup dengan pencapaian besar ketika Gojek dan Tokopedia *merger* perusahaan menjadi GoTo di tahun 2021 dan resmi melantai di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 11 April 2022, menjadikannya salah satu IPO (*Initial Public Offering*) terbesar di Asia Tenggara (Jakarta Globe, 2022).

Jangka waktu gojek dari awal berdiri sampai resmi IPO (*Initial Public Offering*), telah menarik banyak perusahaan internasional dari berbagai negara dalam melakukan investasi ke Gojek, beberapa investor tertarik untuk berinvestasi di Gojek, seperti Sequoia Capital, Astra Internasional, Google, Temasek dan Warburg Pincus yang merupakan investor utama Gojek, dengan mengumpulkan total investasi terbesar di periode tahun 2018 sampai 2021 yang membantu perusahaan ini mencapai status Unicorn. Pada tahun 2019 Gojek mencapai valuasi terbesarnya kembali setelah 2016 yaitu senilai USD 10,5 miliar dengan nilai valuasi

sebesar itu mengantarkan Gojek menjadi *start up* pertama dengan status Decacorn di Indonesia (Traxcn, 2025).

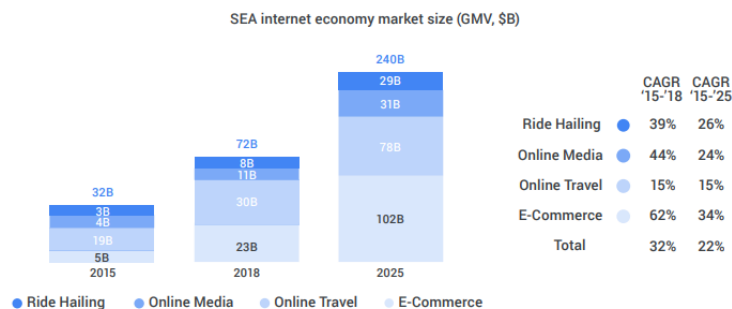
Tabel 1.1 Data Investor Gojek 2018-2021

Tahun Investasi	Putaran Dana	Investor Utama
2015	Seri A	<i>Sequoia Capital, DST Global</i>
2016	Seri B	<i>KKR, Warburg Pincus, Farallon Capital, Capital Group</i>
2017	Seri C	<i>Google, JD.com, Tencent, Mitsubishi Corporation</i>
2018	Seri D	<i>Google, Tencent, JD.com, BlackRock, Temasek, Astra Internasional, Meituan, Allianz X, Shunwei Capital, Samsung Venture Investment, GDP Venture, Northstar Group, KKR, Warbug Pincus, Via IDE, Hera Capital, Peak XV Partners</i>

Sumber : Diolah Peneliti (2025).

Perkembangan Gojek di Indonesia yang pesat dalam beberapa waktu, telah menarik banyak investor luar negeri untuk berinvestasi. Hal tersebut ditunjukkan pada data tabel diatas terlihat bahwa Gojek mendapat jumlah investor yang besar di tahun 2018 dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, dengan setidaknya mengumpulkan nilai investasi sebesar USD 1,5 miliar pada seri D 2018 (KumparanTech, 2019e). Pada tahun yang sama Gojek akhirnya mengumumkan ekspansinya ke kawasan Asia Tenggara. Gojek melakukan ekspansi internasionalnya ke kawasan Asia Tenggara sebagai perusahaan *ride hailing* pertama Indonesia yang menyentuh ekspansinya ke kawasan Asia Tenggara di empat negara tujuan yaitu Thailand, Vietnam, Singapura, dan Filipina pada tahun 2018 (Faez, 2018). Langkah ekspansi Gojek ini berkaitan dengan nilai investasi yang Gojek dapat di seri D. Nilai investasi yang besar mendukung upaya Gojek dalam melakukan ekspansinya ke luar negeri.

Gambar 1.1 *Sea Internet Economy Market Size*



Sumber: (A. Pratama, 2018)

Negara di Asia Tenggara memiliki tingkat jumlah pengguna internet yang tinggi di antara lain merupakan Indonesia, Vietnam, Thailand dan Filipina yang menjadi negara dengan tingkat penetrasi internet tertinggi di dunia, tingginya tingkat penetrasi internet di Asia Tenggara memberikan potensi bagi Gojek dalam melakukan ekspansinya ke empat negara tersebut. Jumlah penetrasi internet¹ di negara Asia Tenggara memiliki total sebesar 350 juta (KumparanTech, 2018b). Penggunaan internet yang tinggi mempengaruhi nilai ekonomi internet. Dari data gambar diatas, menunjukkan nilai ekonomi internet yang ada di Asia Tenggara, terutama pada sektor *Ride Hailing*, di tahun 2018 sektor *Ride Hailing* memiliki nilai sebesar USD 8,00 miliar, dibanding dengan tahun sebelumnya, sektor *Ride Hailing* hanya memiliki nilai USD 3,00 miliar, *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) menunjukkan ada peningkatan yang signifikan dari tahun 2015 hingga 2018 dengan peningkatan sebesar 39,00 persen dan proyeksi dari tahun 2018 ke 2025 sebesar 26,00 persen dengan total nilai ekonomi internet USD 29.00 miliar (A. Pratama, 2018). Tingkat nilai ekonomi internet Asia Tenggara yang terus berkembang pesat menjadi potensi bagi perusahaan *Ride Hailing* seperti Gojek dalam mengembangkan perusahaanya secara internasional.

Sebagai perusahaan asing, Gojek memiliki strategi dan pengembangan yang berbeda-beda di setiap negara. Dalam menerapkan strategi ekspansi internasionalnya, Gojek menyesuaikan perusahaanya terhadap preferensi dan kebijakan lokal yang ada di setiap negara tujuannya. Di Vietnam, Gojek hadir dengan nama Go-Viet, menawarkan layanan transportasi roda dua, logistik, dan pesan antar makanan yang disesuaikan dengan budaya setempat, sedangkan di Thailand, Gojek beroperasi sebagai GET dan menjalin kemitraan strategis dengan AirAsia Digital untuk memperkuat posisinya (Media, 2021).

Performa Gojek yang mengesankan pada setiap wilayah operasionalnya di level internasional, juga berdampak ke perusahaan Gojek sendiri, peningkatan pengguna di kawasan Asia tenggara dari laporan Momentum *Works* pada kuartal IV 2022 mencatat bahwa Gojek memiliki sekitar 64 juta pengguna aktif tahunan (*annual users*) di seluruh wilayah operasionalnya. Seiring peningkatan pengguna,

¹ Penetrasi internet adalah istilah yang merujuk pada tingkat penggunaan atau akses terhadap internet di suatu populasi atau wilayah tertentu, biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase dari jumlah total penduduk.

Gojek menghasilkan GTV (*gross transaction value*) sebesar Rp 613 triliun di tahun 2022 dari semua akumulasi setiap wilayah operasionalnya (Media, 2023). Gojek juga memiliki ATU (*Annual Transacting Users*) sebesar 63,8 juta di tahun 2022 (Statista, 2024b), dengan performa ini Gojek juga memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia sebesar 1,6 persen dari PDB (pendapatan domestik bruto) Indonesia di tahun 2021 (Kontan.co.id, 2022).

Bukan hanya mengalami peningkatan performa secara internasional, Gojek juga mendapat penerimaan dari adaptasinya di negara tujuan ekspansi, masuknya aplikasi Gojek ke kawasan Asia Tenggara menuai berbagai respon dari masyarakat dan pemerintah, pada tahun 2018 Presiden Jokowi menghadiri peluncuran Go-Viet sebagai bentuk dukungan pemerintah dalam ekspansi Gojek ke Asia Tenggara (Kumparan, 2018). Gojek di Singapura mendapat respon positif dari masyarakat Singapura, dengan adanya Gojek memberikan alternatif bagi aplikasi *ride hailing* yang ada di Singapura, di Vietnam Gojek diterima di kalangan masyarakat lokal, Go-Viet (aplikasi Gojek Vietnam) berhasil menarik perhatian masyarakat lokal yang dimana Gojek menguasai pangsa pasar sebesar 40% di pasar roda 2 dalam 3 bulan operasionalnya (Redaksi, 2019). Gojek di Thailand juga disambut dengan respon positif, sebanyak 2,2 juta unduhan dan menggandeng 40.000 mitra pengemudi di tahun pertama operasionalnya di 2019 (goodmoneyID, 2020).

Namun di seluruh negara tujuan ekspansi Gojek, ada tantangan secara internasional yang menjadi kendala untuk Gojek dalam menjalankan ekspansinya ke tiap negara, perbedaan kondisi sosial, politik, ekonomi, dan budaya menjadikan kawasan Asia Tenggara sebagai kawasan yang multikultural, sehingga hal ini berdampak ke ekspansi Gojek ke kawasan Asia Tenggara seperti di Thailand dan Vietnam yang terhambat dalam menyesuaikan dengan preferensi lokal dan budaya setempat. Gojek juga menghadapi tantangan terhadap pemerintah setempat yang dimana pemerintah lokal berkaitan dengan aturan, regulasi, hukum di negaranya, termasuk kepentingan *stakeholder* di tempat negara yang menjadi tujuan (Steger, 2003). Kendala seperti di Filipina yang terhambat regulasi, Singapura dalam menyesuaikan Standar operasional Produk untuk menyesuaikan dengan kebijakan pemerintah setempat, dan Thailand dan Vietnam yang terkendala regulasi transportasi dan perizinan (Kompas.com, 2024)

Dari tantangan tersebut, Gojek melakukan berbagai upaya dalam mengatasi tantangan yang ada di setiap wilayah operasional di level global. Upaya Gojek dalam mengatasi regulasi dan kebijakan pemerintah setempat dengan mencoba berkolaborasi dengan pemerintah dan pemangku kepentingan lokal dengan berupaya membangun hubungan baik dalam jalannya bisnis. Upaya lain seperti penyesuaian terhadap kondisi budaya dan sosial masyarakat yang berbeda Gojek melakukan penyesuaian layanan terhadap preferensi lokal agar dapat lebih mudah diterima di masyarakat (Mogontha & Aliabbas, 2024).

Namun upaya Gojek selama ekspansi ke setiap negara tetap tidak maksimal dari yang ingin dicapai, ditengah masa memasuki pasar Asia Tenggara Gojek menghadapi masalah dan kendala bisnisnya secara internasional, Gojek mendapat penolakan dari empat negara yang ditujunya, hal ini ditunjukkan di Filipina, Gojek tidak dapat memasuki Filipina yang menyebabkan Gojek ditolak oleh *land transportation franchising and regulatory board* (LTFRB) dikarenakan masalah regulasi (Hendartyo, 2019). Berbeda dengan Vietnam dan Thailand Gojek berhasil masuk ke dua negara tersebut, namun Gojek mendapat penolakan dari Filipina, dalam riwayatnya Gojek telah dua kali mendapat penolakan di Filipina yang dimana hal ini menjadi kegagalan Gojek selama masa ekspansinya ke Asia Tenggara hingga sampai saat ini Gojek masih belum beroperasi di Filipina (Bestari, 2019).

1.2 Rumusan Masalah

Gojek merupakan perusahaan *Ride Hailing* yang beberapa waktu mengembangkan perusahaannya secara internasional, Gojek mengumumkan ekspansinya ke kawasan Asia Tenggara yaitu di Vietnam, Filipina, Thailand, dan Singapura, selama masa ekspansi Gojek telah berupaya untuk dapat diterima di negara tujuan ekspansinya, namun upaya Gojek tetap tidak maksimal, Gojek mendapat penolakan dari negara tujuan ekspansinya yang ditunjukkan di negara Filipina, Gojek ditolak masuk dikarenakan masalah regulasi oleh *land transportation franchising and regulatory board* (LTFRB) yang dimana Gojek sudah mengajukan dua kali untuk izin masuk ke Filipina, namun hingga saat ini Gojek belum beroperasi di Filipina. Berdasarkan dari latar belakang yang telah

dipaparkan oleh penulis, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana upaya diplomasi korporasi Gojek selama masa ekspansi di kawasan Asia Tenggara?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan upaya Diplomasi Korporasi Gojek selama masa ekspansi di kawasan Asia Tenggara.
2. Mendeskripsikan peran Diplomasi Korporasi Gojek terhadap legitimasi organisasi Gojek di negara kawasan Asia Tenggara.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat dan memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan hubungan internasional terkait aktivitas bisnis internasional perusahaan multinasional dalam melakukan upaya ekspansi ke luar negeri melalui diplomasi korporasi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa jurnal penelitian terdahulu terlebih dahulu sebagai sumber acuan, penelitian terdahulu dianggap relevan dengan penelitian mengenai aktivitas bisnis perusahaan dan diplomasi korporasi dalam melakukan ekspansi ke luar negeri, penelitian-penelitian ini membantu penulis dalam membangun landasan konseptual dan kerangka pemikiran mengenai bagaimana aktivitas bisnis Gojek dalam melakukan ekspansi ke kawasan Asia Tenggara pada periode 2018-2024. Penelitian-penelitian ini antara lain ialah:

Penelitian Pertama yang berjudul “Analisa Perbandingan Ekspansi Gojek Ke Empat Negara (Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam)” yang ditulis oleh Mogontha & Aliabbas (2024), penelitian ini menyajikan analisis komparatif ekspansi Gojek di empat negara Asia Tenggara: Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam. Penelitian ini terutama berfokus pada tantangan, peluang, strategi yang diadopsi dan tanggapan pemerintah daerah terhadap ekspansi Gojek. Dalam penelitian tersebut Gojek menghadapi kendala yang berbeda-beda di setiap negara, seperti peraturan yang ketat di Filipina, permasalahan berkendara, dan persaingan pasar di Singapura dan Thailand. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan kegagalan Gojek di Filipina yang menghambat ekspansinya sampai Gojek menyatakan bahwa “*we Never Launch*”. Penelitian ini memberikan gambaran kepada peneliti untuk melihat bagaimana strategi ekspansi Gojek di ke empat negara tujuannya.

Penelitian Kedua ini ditulis oleh Jose dkk. (2021) yang berjudul “*Corporate Diplomacy Go-Jek Melalui Pendirian Go-Viet 2018-2020: Tinjauan Nation Branding Indonesia di Vietnam*” pada jurnal ini menganalisa bagaimana diplomasi korporasi yang dilakukan Go-Jek melalui pendirian Go-Viet di Vietnam

pada tahun 2018 hingga 2020 sebagai bentuk *nation branding* bagi Indonesia. Dalam konteks diplomasi publik dan ekonomi politik, tujuan penelitian pada jurnal ini ialah untuk menganalisa bagaimana aktor non-negara seperti perusahaan dapat menjadi alat diplomasi untuk meningkatkan citra negara dan membangun hubungan internasional. Penelitian ini menyoroti strategi unik Gojek sebagai aktor non-negara dalam mendukung diplomasi publik dan ekonomi politik, khususnya melalui kolaborasi erat dengan pemerintah Indonesia untuk memperluas operasi internasional. Pada penelitian ini ditemukan bahwa ekspansi Gojek tidak hanya bertujuan untuk penetrasi pasar, tetapi juga memperkenalkan teknologi Indonesia dan memperkuat hubungan bilateral di sektor ekonomi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan penelitian ini termasuk relevan dalam jalannya penelitian penulis yang dimana memberikan pemahaman terhadap peran *organizational branding* dalam menggapai legitimasi sosial agar dapat menjalankan aktivitas bisnis di negara tersebut.

Penelitian Ketiga yang berjudul “Dinamika Ekspansi Gojek ke Thailand” yang ditulis oleh Raythmica & Paksi (2023), menjelaskan mengenai strategi dan tantangan Gojek dalam melakukan ekspansi bisnis di Thailand, menjelaskan mengenai bagaimana Gojek dalam beradaptasi di pasar Thailand serta menyesuaikan dengan karakteristik budaya dan kebutuhan masyarakat lokal, selain itu penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan regulasi dan persaingan yang ada. Pada penelitian ini ditemukan bahwa Gojek melakukan strategi pendekatan melalui adaptasi target pasar di Thailand, membutuhkan banyak individu atau perusahaan berbagi tumpangan dengan menyesuaikan karakteristik dan budaya di Thailand, serta mengembangkan platform multi-sisi selama lima hingga sepuluh tahun mendatang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dimana dapat berkontribusi terhadap penelitian penulis dalam fokusnya khusus pada peraturan lokal di Thailand yang menawarkan perspektif yang unik dan relevan, yang sering kali kurang dieksplorasi dalam literatur tentang ekspansi global, sehingga memperkaya pemahaman tentang strategi bisnis internasional dan adaptasi ke lokal.

Penelitian Keempat yang berjudul "*The Dynamics of Gojek Expansion in Vietnam*" yang ditulis oleh Ardelia dkk, (2022), menjelaskan mengenai faktor-

faktor yang mendukung ekspansi Gojek, termasuk kebijakan investasi Vietnam dan pasar yang berkembang dan juga menjelaskan strategi Gojek dalam penetrasi pasar Vietnam, seperti perubahan branding dan kemitraan dengan perusahaan lokal, serta mengidentifikasi hambatan utama dalam ekspansi Gojek, seperti persaingan dengan Grab dan tantangan internal perusahaan. Pada penelitian ini ditemukan bahwa hambatan yang dialami oleh Go-Jek adalah adanya pesaing kuat yang sudah ada, dan juga pengunduran diri CEO Go-Viet. Penelitian yang ditulis oleh Ardedia dkk, (2022) menggunakan metode deskriptif kualitatif dan juga sangat relevan dengan penelitian ini yang dimana berkaitan dengan ekspansi Gojek ke Asia Tenggara, oleh karena itu penelitian yang ditulis oleh Ardedia dkk, (2022) akan berkontribusi terhadap penelitian ini dengan memberikan pemahaman terhadap faktor pendukung ekspansi Gojek ke Vietnam serta identifikasinya terhadap strategi dan hambatan yang dialami oleh perusahaan.

Penelitian Kelima yang ditulis oleh (Kurniawan, 2022), yang berjudul “Alasan Filipina Menolak Ekspansi Gojek Tahun 2018-2019” dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif, jurnal ini membahas mengenai upaya ekspansi Gojek di Filipina yang berupa penolakan selama 2018 hingga 2019, pada jurnal ini menyoroti kesulitan Gojek dalam memenuhi persyaratan regulasi di Filipina, dan penolakan beberapa kali Gojek oleh Filipina, ditemukan bahwa penolakan Gojek di Filipina didasarkan pada kepemilikan asing Gojek yang melanggar konstitusional negara Filipina terhadap investasi asing di sektor transportasi publik. Jurnal ini membantu peneliti dalam melihat gambaran pola strategi ekspansi Gojek di Filipina.

Dari ke lima penelitian terdahulu di atas, Penelitian-penelitian ini secara umum memberikan pemahaman yang komprehensif dalam menganalisa strategi ekspansi yang dilakukan oleh Gojek di kawasan negara Asia Tenggara (Filipina, Singapura, Vietnam, dan Thailand) serta relevansinya dalam diplomasi korporasi. Maka dari itu, penulis akan meneliti tidak hanya strategi ekspansi dan adaptasi Gojek ke kawasan Asia Tenggara, tapi juga bagaimana ketercapaian Gojek dalam mendapat legitimasi organisasi ke negara tujuan ekspansi. Perbedaan penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis lakukan, yakni fokus penelitian yang akan menganalisis secara lebih mendalam mengenai aktivitas

strategi bisnis internasional Gojek dalam ekspansi kapital ke kawasan Asia Tenggara.

2.2 Landasan Konseptual

Dalam menyusun landasan konseptual penelitian ini, peneliti mengambil konsep diplomasi korporasi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana aktivitas bisnis internasional Gojek dalam upaya melakukan ekspansi kapital ke Asia Tenggara melalui diplomasi korporasi pada periode tahun 2018-2024.

2.2.1 Diplomasi Korporasi

Pada awalnya praktik diplomasi hanya dilakukan oleh aktor negara, akan tetapi semakin berkembangnya sistem dunia dan adanya globalisasi yang membawa perubahan signifikan dalam cara berdiplomasi, diplomasi tidak hanya dilakukan oleh negara saja, namun perusahaan juga menjadi aktor dalam dunia diplomasi. Sako (2016) mengemukakan bahwa perusahaan perlu terlibat dalam diplomasi untuk membantu menciptakan, menegakkan, dan mengubah aturan yang mengatur bisnis, terutama di era globalisasi, digitalisasi, dan risiko lintas batas. Berbagai perusahaan yang mengalami perkembangan dan berupaya dalam meluaskan atau melakukan ekspansi perusahaannya dibutuhkan pendekatan dan strategi dalam mengimplementasikan melalui menjalin komunikasi dan beradaptasi terhadap dinamika sosial, politik dan ekonomi sebuah negara, hal ini merupakan alasan mengapa diplomasi korporasi dibutuhkan.

Diplomasi korporasi mengacu pada upaya yang dilakukan *Multinational Corporation* (MNC) untuk memperoleh legitimasi organisasi atau *license to operate* di wilayah operasional perusahaan berada, hal ini melibatkan peran-peran yang sebelumnya menjadi domain pemerintah. Dalam bukunya "*Corporate Diplomacy: How Multinational Corporations Gain Organizational Legitimacy*"

Marschlich (2022), mendefinisikan diplomasi korporasi sebagai “aktivitas perusahaan yang diarahkan pada pemangku kepentingan utama di negara tuan rumah, dengan tujuan untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan mengenai isu-isu sosial-politik yang relevan dan membangun hubungan untuk memperoleh legitimasi perusahaan”, hal ini menjelaskan diplomasi korporasi juga sebagai upaya pendekatan strategis sebuah perusahaan untuk mengelola hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan dalam lingkungan bisnis yang kompleks, terfragmentasi, dan seringkali tidak menentu. Marschlich (2022) dalam bukunya memberikan tiga hal utama yang menjadi komponen di diplomasi korporasi yaitu diuraikan sebagai berikut:

1. *Antecedents*, Merupakan faktor budaya dan politik negara tujuan yang menjadi pilar utama dalam membentuk *corporate diplomacy*. Perusahaan di sini harus memahami sistem budaya dan politik lokal agar dapat menyesuaikan strategi diplomasi korporasi mereka.
2. *Relationship Cultivation*, ialah sebagai pembangun hubungan dengan *party* atau aktor institusional, seperti pemerintah, media, dan kelompok masyarakat, menjadi inti dari *corporate diplomacy*. Hubungan ini memberikan cara untuk perusahaan dapat memahami ekspektasi masyarakat dan meresponsnya secara proaktif.
3. *Media Engagement*, Media sangat berperan penting dalam membangun persepsi publik terhadap upaya *corporate diplomacy*. Oleh karena itu, diperlukannya strategi komunikasi yang efektif dengan media diperlukan untuk memastikan legitimasi perusahaan.

Marschlich (2022) juga merincikan pengaruh dari diplomasi korporasi memuat tiga hal yang menjadi acuan dalam legitimasi organisasi sebuah perusahaan itu sendiri yaitu:

1. *Moral Legitimacy*

Diperoleh ketika perusahaan dianggap bertindak sesuai dengan nilai-nilai sosial yang diterima dalam masyarakat. *Corporate diplomacy* yang melibatkan hubungan dengan pemerintah dan komunitas lokal cenderung meningkatkan moral legitimacy karena menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kepentingan publik. Hasil penelitian dalam buku ini menunjukkan bahwa berita *corporate*

diplomacy dengan keterlibatan pemerintah memiliki efek positif yang signifikan terhadap *moral legitimacy*.

2. *Pragmatic Legitimacy*

Berasal dari bagaimana perusahaan memenuhi kepentingan langsung pemangku kepentingan, seperti pelanggan, pemerintah, atau investor. *Corporate diplomacy* dapat memperkuat *pragmatic legitimacy* jika perusahaan secara aktif memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, seperti menciptakan lapangan kerja atau investasi sosial. Namun, penelitian dalam buku ini menunjukkan bahwa *corporate diplomacy* dengan atau tanpa keterlibatan pemerintah tidak memiliki efek langsung yang signifikan terhadap *pragmatic legitimacy*.

3. *Regulative Legitimacy*

Berkaitan dengan sejauh mana perusahaan mematuhi regulasi dan kebijakan pemerintah negara tuan rumah. Hubungan dengan pemerintah sangat berpengaruh dalam memperoleh *regulative legitimacy*, terutama dalam konteks negara-negara dengan regulasi ketat atau sistem pemerintahan yang kuat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate diplomacy* dengan keterlibatan pemerintah meningkatkan *regulative legitimacy* secara signifikan.

Dalam buku *Corporate Diplomacy The Strategy for a Volatile, Fragmented Business Environment* oleh Steger (2003) menjelaskan diplomasi korporasi bertujuan dalam memastikan kelangsungan operasi perusahaan dengan menjaga hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pemangku kepentingan atau *Stakeholders* di lingkungan bisnis yang dinamis. Steger (2003) menguraikan poin penting dalam diplomasi korporasi ialah menciptakan *license to operate* atau legitimasi yang memungkinkan perusahaan dalam menjalankan bisnis tanpa menghadapi konflik terhadap masyarakat, pemerintah, atau aktor non-pasar lainnya. Tujuan dari diplomasi korporasi menurut Ulrich Steger dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Memperoleh legitimasi sosial, upaya ini mewajibkan perusahaan harus dapat memastikan bahwa tindakan atau jalannya bisnis dapat diterima oleh masyarakat dan juga dapat menyesuaikan dengan norma sosial serta ekspektasi etika, yang dimana mampu menghindari hambatan hukum maupun sosial

2. Mengelola risiko reputasi, hal ini menjadi upaya penting pada perusahaan dalam melakukan diplomasi korporasi yang bertujuan untuk mencegah krisis reputasi dengan cara merespons isu-isu yang dapat berpotensi merusak citra sebuah perusahaan sebelum menjadi konflik yang besar.
3. Meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan melalui dialog terbuka dan komunikasi yang transparan, perusahaan dapat membangun hubungan yang produktif dengan pemangku kepentingan, termasuk *Non Governmental Organization* (NGO), pemerintah, komunitas lokal, dan media.
4. Menciptakan keselarasan antara perusahaan dan masyarakat *Corporate diplomacy* memfasilitasi antara perusahaan dan masyarakat, di mana keduanya dapat saling beradaptasi untuk memenuhi kebutuhan bersama.
5. Menjaga stabilitas operasional dengan memahami dinamika lingkungan non-pasar, diplomasi korporasi membantu perusahaan mengatasi hambatan seperti regulasi proteksionis, tekanan publik, atau tuntutan lingkungan, sehingga memungkinkan bisnis berjalan lancar.

Konsep diplomasi korporasi yang telah dijelaskan di atas akan penulis gunakan sebagai panduan dalam menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana upaya diplomasi korporasi Gojek dalam melakukan ekspansi kapital ke kawasan Asia Tenggara pada periode 2018-2024, fokus penelitian ini yaitu untuk melihat aktivitas bisnis internasional Gojek dalam upaya ekspansi ke luar negeri untuk mencapai legitimasi sosial, yang merujuk pada izin operasi tidak resmi yang diberikan masyarakat lokal kepada Gojek dalam menjalankan aktivitasnya bisnisnya, hal ini termasuk memastikan keberhasilan Gojek dalam keberlangsungan dan kesuksesan operasional perusahaan ke depannya. Hal ini melibatkan penerimaan masyarakat, regulator, dan pemangku kepentingan atau *stakeholders* terhadap kehadiran Gojek di negara ekspansinya serta legitimasi sosial yang mencerminkan *co-evolution* antara perusahaan dan masyarakat lokal, dimana kedua belah pihak saling beradaptasi dengan tujuan hubungan yang saling menguntungkan, yang di mana memberikan perusahaan kebebasan dalam melakukan operasi atau aktivitas bisnis tanpa ada gangguan dari tekanan publik dan regulasi yang memberatkan perusahaan (Marschlich, 2022).

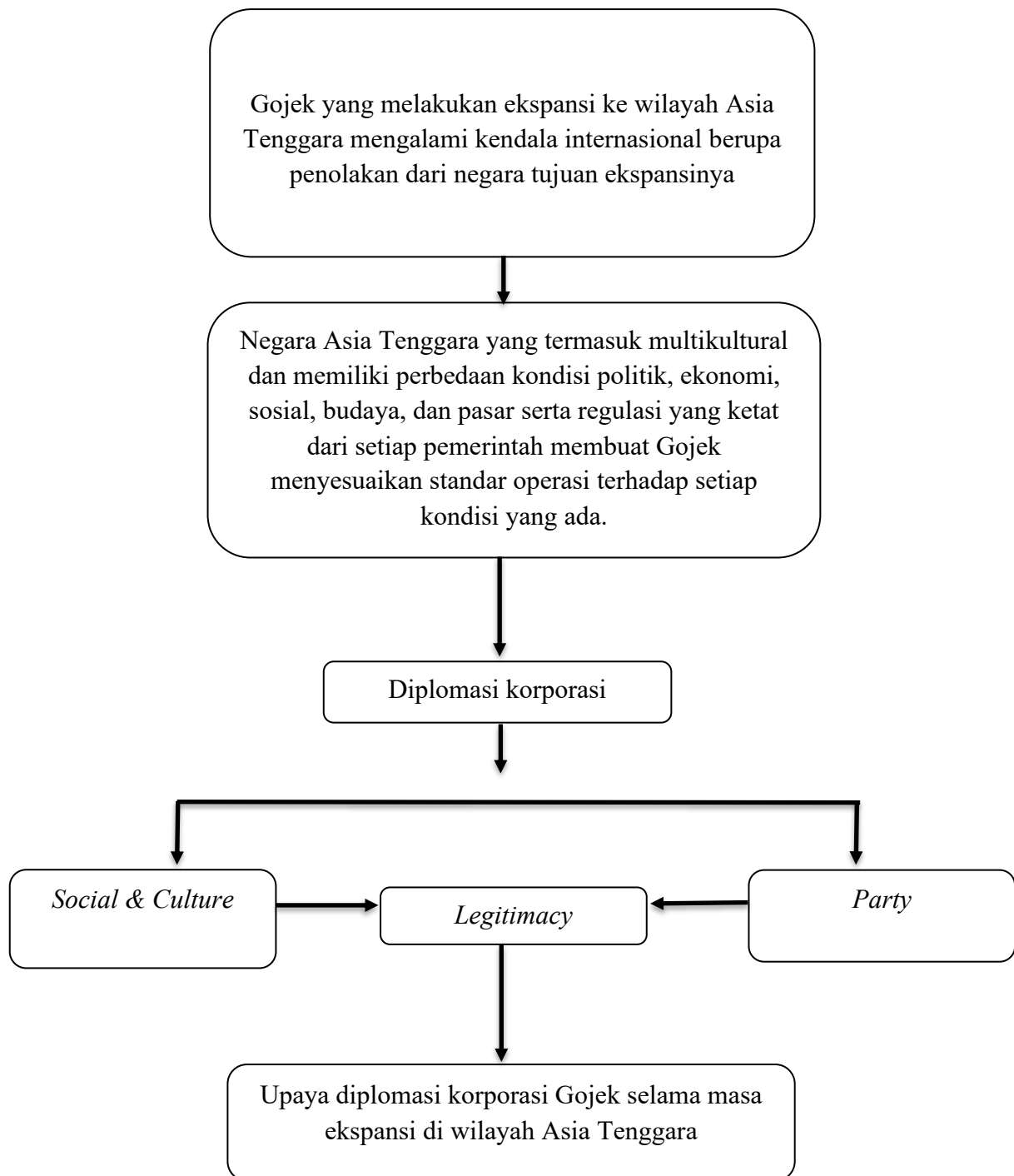
Diplomasi korporasi, seperti dijelaskan di atas, ialah sebuah proses membangun legitimasi sosial melalui hubungan strategis dengan pemerintah, komunitas lokal, dan *stakeholders* lainnya. Diplomasi korporasi yang efektif melibatkan keselarasan antara nilai perusahaan dengan kebutuhan sosial di negara tuan rumah, memungkinkan perusahaan untuk diterima secara luas dan dianggap relevan secara sosial. Salah satu strategi utamanya adalah menciptakan hubungan kerja sama yang erat dengan pemerintah lokal untuk memastikan dukungan politik dan ekonomi. Selain itu, keterlibatan komunitas lokal, melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang relevan, menjadi faktor penentu dalam membangun citra positif dan keberlanjutan perusahaan. Dengan pemetaan diplomasi korporasi oleh perusahaan multinasional dalam ekspansi ke luar negeri membantu perusahaan multinasional dalam membangun legitimasi sosialnya dengan membangun hubungan dengan pemerintah asing, bergabung dengan kemitraan lokal dalam upaya menghadapi tantangan kondisi sosial, budaya, dan politik dalam menjalankan operasional.

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini akan mendeskripsikan Bagaimana upaya diplomasi korporasi Gojek dalam ekspansi kapital di kawasan Asia Tenggara pada periode 2018 hingga 2024. Dalam konteks hubungan internasional yang semakin kompleks dan dinamis, Gojek yang merupakan aktor dalam hubungan internasional berupaya dalam memperluas jangkauan kapitalnya ke luar negeri. Tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan diplomasi korporasi ini mencakup perbedaan kondisi sosial, ekonomi, politik dan budaya antara asal Gojek yaitu Indonesia dan negara-negara Asia Tenggara, kendala seperti regulasi pemerintah yang ketat dan persaingan dengan kompetitor lokal serta hambatan logistik dan infrastruktur yang belum memadai memberikan tantangan bagi Gojek dalam melakukan ekspansinya. Gojek sebagai aktor utama dalam diplomasi korporasi cenderung bergantung pada investasi dari mitra global dan kolaborasi dengan pemerintah lokal yang menjadi pendekatan dalam menyesuaikan terhadap kebijakan lokal. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan konsep diplomasi korporasi untuk melihat fakta dan pola aktivitas

bisnis internasional Gojek di level global serta membantu melihat upaya Gojek sebagai aktor non negara menggunakan diplomasi korporasi dalam melakukan ekspansi kapitalnya ke kawasan Asia Tenggara periode 2018-2024.

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggali lebih dalam bagaimana aktivitas bisnis internasional Gojek dalam melakukan ekspansi internasionalnya melalui diplomasi korporasi dan peran dari diplomasi korporasi Gojek dalam legitimasi organisasinya. Maka dari itu penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kualitatif, Penelitian deskriptif kualitatif ini melibatkan penjelasan berdasarkan data empiris dan relevan dengan objek penelitian.

Penelitian ini difokuskan pada pengumpulan data yang memberikan gambaran mendalam mengenai diplomasi korporasi yang digunakan Gojek dalam ekspansi di kawasan Asia Tenggara. Sesuai dengan panduan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif seperti yang dijelaskan oleh Neuman (2014), penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan memahami fenomena diplomasi korporasi dan peran diplomasi korporasi dalam mendapat legitimasi organisasi di negara-negara tujuan ekspansi. Peneliti akan menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis upaya diplomasi korporasi dan perannya terhadap legitimasi organisasi yang dilakukan Gojek.

Dalam penelitiannya, penulis menggunakan metode analisis dokumen untuk menggali data terkait aktivitas bisnis internasional Gojek dalam ekspansinya ke kawasan Asia Tenggara. Metode ini melibatkan pengumpulan dan penelaahan dokumen-dokumen relevan seperti laporan atau publikasi resmi perusahaan, kebijakan pemerintah, artikel media internasional, dan dokumen komunikasi internal Gojek. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi hubungan antara dokumen yang dihasilkan oleh perusahaan dan realitas sosial di lapangan, sekaligus memberikan wawasan tentang dinamika regulasi dan interaksi

dengan pemangku kepentingan lokal. Dengan demikian, analisis dokumen menjadi alat yang efektif untuk menghubungkan data tekstual dengan konteks luas dari strategi ekspansi internasional (Neuman, 2014).

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan bagian penting dalam penelitian agar dapat memberi batasan pada penelitian agar tidak meluas, oleh karena itu peneliti memfokuskan penelitian ini untuk mendeskripsikan bagaimana aktivitas bisnis internasional Gojek selama masa ekspansi ke kawasan Asia Tenggara melalui diplomasi korporasi. Penelitian ini menggunakan diplomasi korporasi yang bertujuan untuk mendeskripsikan peran diplomasi korporasi dalam menjembatani perluasan Gojek di Asia Tenggara. Penelitian ini mengkaji lebih dalam mengenai upaya diplomasi korporasi yang dilakukan oleh Gojek, termasuk kondisi politik, sosial dan ekonomi yang dihadapi selama ekspansi. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis komprehensif mengenai aktivitas bisnis internasional melalui diplomasi korporasi Gojek selama masa ekspansi ke kawasan Asia Tenggara, serta meneliti bagaimana diplomasi korporasi tersebut memengaruhi kebijakan pemerintah dan masyarakat lokal.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup analisis dokumen sekunder yang terkait, data sekunder ialah data yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh pihak lain, bukan oleh peneliti itu sendiri (Neuman, 2014). Penelitian ini menggunakan salah satu jenis teknik dari pengumpulan data kualitatif menurut Creswell yaitu, studi dokumen. Studi Dokumen merupakan teknik pengumpulan data dari dokumen-dokumen publik, misalnya surat kabar, risalah rapat, laporan resmi, dan dapat juga dokumen pribadi seperti buku harian pribadi, surat ataupun email (Creswell, 2014). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data Studi Dokumen, yakni penulis akan mencari di platform media sosial, web resmi Gojek dan berita luar negeri yang terkait ekspansi Gojek ke Asia

Tenggara. Selain itu, penulis juga menganalisis, artikel jurnal, laporan perusahaan, serta media masa yang memiliki kredibilitas. Penelitian ini juga diikuti dengan tinjauan sistematis terhadap literatur dan berita yang memberikan informasi terkait aktivitas bisnis internasional dalam diplomasi korporasi yang dilakukan Gojek.

3.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder yang dikumpulkan oleh penulis melalui sumber-sumber yang didapatkan dari studi dokumen. Pengumpulan data dalam konteks diplomasi korporasi Gojek selama masa ekspansi di kawasan Asia Tenggara ini menggunakan sumber data yang meliputi sebagai berikut:

1. Publikasi resmi Gojek *Official*, melalui media sosial Gojek yakni @Gojek, melalui situs laman resmi Gojek, serta media informasi lainnya Gojek yang relevan.
2. Situs laman resmi instansi pemerintah negara-negara di kawasan Asia Tenggara terkait dengan kajian kebijakan regulasi perusahaan asing seperti Gojek dalam memasuki ke negara tujuan, seperti ACRA, BOI, LTRFB, dan DLT.
3. Artikel jurnal akademik yang membahas diplomasi korporasi dan aktivitas bisnis internasional Gojek, buku dan publikasi yang relevan dengan studi kasus diplomasi korporasi Gojek.
4. Artikel dari platform laman berita nasional dan internasional yang mencakup ekspansi Gojek di kawasan Asia Tenggara, seperti Kumparan, Asean *Briefing*, Bangkok *Post*, Reuters, CNN, Adsun Vietnam, SGP *Bussines* dan beberapa platform berita lainnya yang relevan.
6. Laporan yang dikeluarkan Gojek atau *Annual Report* tahunan Gojek, serta analisis dari platform media massa internasional yang membahas ekspansi yang dilakukan Gojek.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian, teknik analisis data merupakan langkah dalam proses yang bertujuan untuk menganalisis data yang telah terkumpul. Dan setelahnya, peneliti menginterpretasikan data menggunakan teori atau konsep yang terkait dengan data yang diperoleh dari analisis data tersebut. Teknik analisis data digunakan untuk mengorganisasikan data yang tersedia sehingga menghasilkan informasi yang jelas dan terorganisir. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data yang dikembangkan oleh Milles dan Huberman, yang terdiri dari beberapa langkah berikut (Miles dkk., 2014):

1. Tahap Kondensasi data

Penulis memilah data yang berkaitan dengan aktivitas Gojek di negara-negara Asia Tenggara mencakup Filipina, Vietnam, Thailand dan Singapura. Setelahnya meringkas data yang mencakup aktivitas bisnis internasional Gojek. Dan terakhir mengorganisir data untuk diidentifikasi pola dan kategori seperti kondisi, regulasi, strategi dalam upaya Gojek untuk masuk ke negara tujuan.

2. Tahapan penyajian data

Dalam menyajikan hasil analisis dalam format yang sesuai, peneliti akan menggambarkan data yang sudah ada dalam bentuk runtutan proses atau alur yang memungkinkan peneliti untuk melihat keterkaitan antar variabel secara lebih jelas dan membantu menyusun narasi yang runtut mengenai peran diplomasi korporasi, dengan menggunakan tabel atau *timeline* untuk menggambarkan proses aktivitas bisnis internasional Gojek selama masa ekspansi ke kawasan Asia Tenggara.

3. Tahapan Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini, kesimpulan melibatkan analisis tentang bagaimana aktivitas bisnis internasional Gojek selama masa ekspansi ke kawasan Asia Tenggara.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian terhadap diplomasi korporasi Gojek dalam masa ekspansinya di kawasan Asia Tenggara yang dimulai dari pengumuman ekspansi pertama Gojek ke Asia Tenggara di tahun 2018, sebagai perusahaan teknologi Indonesia telah melakukan serangkaian aktivitas bisnis secara internasional dalam masa ekspansi internasionalnya untuk memasuki negara-negara Asia Tenggara, yakni Singapura, Vietnam, Thailand, dan Filipina. Berbagai langkah dan aktivitas Gojek selama melakukan ekspansi ke wilayah Asia Tenggara menghadapi berbagai kondisi yang berbeda di setiap negara tujuannya, mengharuskan Gojek melakukan adaptasi terhadap regulasi, masyarakat, dan pemangku kepentingan dalam mendapat legitimasi di negara tujuan.

Asia Tenggara menjadi potensi yang besar bagi perusahaan *Ride Hailing* seperti Gojek dapat berkembang, tingkat penduduk yang tinggi, tingkat urbanisasi yang tinggi serta merupakan perekonomian terbesar di Asia. Regulasi mengenai investasi asing yang mendukung dan lingkungan bisnis yang stabil dengan jumlah pengguna kendaraan roda dua terbanyak mendukung Asia Tenggara dalam memenuhi sumber daya dalam bisnis terutama di sektor *Ride Hailing* untuk berkembang. Hal ini menjadikan Asia Tenggara sebagai pasar yang dapat mendukung perusahaan di sektor *Ride Hailing* berkembang.

Dalam upaya Gojek selama melakukan ekspansi ke Asia Tenggara yang dimulai dari tahun 2018, telah menunjukkan berbagai upaya dalam mencapai legitimasi organisasi Gojek dalam memasuki Asia Tenggara. Dalam proses masuknya ke negara di Kawasan Asia Tenggara Gojek menggunakan strategi dengan mendirikan

entitas hukum *subsidiary* Singapura yakni *Velox Technology inc* yang menjadi terusan ekspansi Gojek dalam menerapkan strateginya menuju ke kawasan Asia Tenggara. Gojek menggunakan bentuk perusahaan terbatas atau *Private Limited Company* dalam memasuki pasar di Asia Tenggara, pendirian anak perusahaan ini memungkinkan Gojek dapat memiliki secara penuh atas perusahaannya di luar negeri, namun beberapa negara memiliki keterbatasan atas kepemilikan asing terhadap sektor utilitas publik dalam regulasinya yang membuat Gojek tidak dapat memiliki hak penuh atas kepemilikan perusahaannya di kawasan Asia Tenggara. Gojek juga melakukan serangkaian adaptasi terhadap lingkungan bisnisnya, dengan pendekatan *locally focused* Gojek menerapkan nilai lokal dalam pendirian bisnisnya di Vietnam dan Thailand, Gojek merekrut tim lokal dan *branding* lokal, yang ditunjukkan dengan CEO di Vietnam dan Thailand yang merupakan pihak lokal dan Gojek melakukan *branding* lokal dengan membuat logo dan nama yang dapat mencirikan secara khas Gojek di Vietnam dan Thailand yang berbeda. Hal menunjukkan citra lokal Gojek di negara tujuannya.

Peran dari diplomasi korporasi Gojek terhadap legitimasi organisasi ditunjukkan dalam tiga bentuk legitimasi, yang pertama ialah *Moral Legitimacy*, diplomasi korporasi Gojek mampu membangun penerimaan sosial di masyarakat melalui adaptasi budaya lokal, pelibatan manajemen lokal, dan pemenuhan kebutuhan yang ada di negara tujuan. Contohnya pada Go-Viet yang mengadopsi simbol nasional Vietnam dan melibatkan aktor lokal, serta kerja sama dengan lembaga pariwisata seperti *Singapore Tourism Board* yang memperkuat citra Gojek sebagai bagian dari ekosistem lokal. Selanjutnya ialah *Regulative Legitimacy*. Diplomasi korporasi Gojek berhasil memenuhi berbagai regulasi lokal dan membangun hubungan dengan pemerintah, seperti pendaftaran entitas lokal di Singapura dan penyesuaian regulasi transportasi di Vietnam dan Thailand. Namun, kegagalan di Filipina yang disebabkan oleh ketidaksesuaian regulasi kepemilikan asing menunjukkan pentingnya pemahaman mendalam terhadap kerangka hukum negara tujuan. Dan terakhir ialah *Pragmatic Legitimacy*, Gojek telah berupaya menyediakan nilai praktis bagi stakeholders lokal seperti mitra pengemudi, *merchant*, dan konsumen melalui penciptaan lapangan kerja, integrasi sistem pembayaran lokal, serta kolaborasi dengan perusahaan mitra lokal. meski begitu, dominasi kompetitor dan

performa pasar yang tidak maksimal menyebabkan pengaruh terhadap *pragmatic legitimacy* cenderung lemah.

Pada akhirnya, Gojek telah menunjukkan bahwa diplomasi korporasi menjadi strategi yang penting dalam melakukan ekspansi masuk ke negara tujuan untuk memperoleh legitimasi di lingkungan internasional yang multikultural. Upaya Gojek ini menjadi kunci dalam membangun legitimasi organisasi, terutama di tengah perbedaan multikultural, kompetisi pasar, dan dinamika regulasi di kawasan Asia Tenggara. Namun disaat ekspansi ke negara Vietnam, Thailand, dan Singapura menunjukkan hasil positif, upaya diplomasi korporasi Gojek tidak cukup kuat untuk dapat memasuki negara Filipina. Penolakan dari Filipina menjadi kegagalan dalam diplomasi korporasi Gojek yang tidak dapat memenuhi legitimasi regulatif di negara tujuan, sehingga membuat Gojek tidak dapat memasuki dan beroperasi di Filipina hingga saat ini, masalah terhadap proses masuk di regulasi di Filipina ini menarik Kesimpulan bahwa legitimasi regulatif menjadi kunci penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat memasuki negara tujuan ekspansinya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap diplomasi korporasi Gojek selama masa ekspansi ke Asia Tenggara. Penelitian berfokus pada aktivitas bisnis internasional Gojek selama masa ekspansi masuk Gojek di Asia Tenggara. Analisis dalam penelitian ini menggunakan konsep diplomasi korporasi dengan menganalisis komponen diplomasi korporasi yang dicapai Gojek dan bagaimana diplomasi korporasi Gojek terhadap legitimasi organisasi Gojek di negara tujuan ekspansi. Dengan demikian peneliti dapat merekomendasikan untuk penelitian selanjutnya memperdalam mengenai aktivitas diplomasi korporasi Gojek setelah memasuki Asia Tenggara dengan meliputi strategi Gojek dalam memperkuat kehadirannya di pasar Asia Tenggara.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulmalik, A., & Babatunde, S. (2012). *The Role of Population on Economic Growth and Development: Evidence from Developing Countries*.
- ACRA. (t.t.). *Registering a Foreign Company*. Default. Diambil 19 April 2025, dari <https://www.acra.gov.sg/how-to-guides/registering-a-foreign-company>
- adsun.vn. (2021). *Surveillance Cameras Device For Decree No.10/2020/ND-CP - Anh Duong*. Surveillance Cameras Device For Decree No.10/2020/ND-CP. <https://adsun.vn/en/surveillance-camera-device-for-decree-no-10-2020-nd-cp/>
- antaranusa. (2019). *GOJEK Ekspansi ke Thailand pakai nama GET*. antaranusa.com | berita nusantara internasional. <https://antaranusa.com/internasional/GOJEK-Ekspansi-ke-Thailand-pakai-nama-GET>
- Ardelia, E., Maksum, A., & Paksi, A. K. (2022). *The dynamics of Gojek expansion in Vietnam*.
- Ariffin, E. (2016, Desember 29). *Companies are looking to fill the void left by Uber*. The ASEAN Post. <https://theaseanpost.com/article/companies-are-looking-fill-void-left-uber-0>
- AseanBriefing. (t.t.). *Mengapa Singapura—Panduan Singapura | Berbisnis di Singapura*. Diambil 19 Maret 2025, dari https://www-aseanbriefing-com.translate.google.com/doing-business-guide/singapore/why-singapore?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge
- Bangkok Post. (2025, Februari 14). *Bolt Highlights Ride-Hailing's Key Role in Thailand's Economic Growth*. *Bangkok Post*. <https://www.bangkokpost.com/thailand/pr/2961013/bolt-highlights-ride-hailings-key-role-in-thailands-economic-growth>
- Bestari, A. N. N., Novina Putri. (2019, Maret 20). *Gojek Gagal Dua Kali Masuk Filipina, Menkominfo: Saya Sudah Bantu*.

<https://www.viva.co.id/digital/startup/1132208-gojek-gagal-dua-kali-masuk-filipina-menkominfo-saya-sudah-bantu>

Bloomberg Technoz. (2023). *Pendapatan Bersih GOTO Tembus Hampir Rp15 T di 2023, Tumbuh 30%—Market.*

<https://www.bloombergtechnoz.com/detail-news/32908/pendapatan-bersih-goto-tembus-hampir-rp15-t-di-2023-tumbuh-30>

Budiari, I. (2018, September 13). Behind the Scene of GO-JEK's Vietnam Operation. *Life at Gojek*. <https://medium.com/life-at-go-jek/behind-the-scene-of-go-jeks-vietnam-operation-9767462813de>

ceicdata. (2018). *Singapore Motor Vehicle Population: Motor Cycles and Scooters | Economic Indicators | CEIC*. Singapore Motor Vehicle Population: Motor Cycles and Scooters.

https://www.ceicdata.com/en/singapore/motor-vehicle-population-and-registrations/motor-vehicle-population-motor-cycles-and-scooters?utm_source=chatgpt.com

Cheng, K. (2019, November 29). *Gojek launches beta app for 'thousands' of users in Singapore*. TODAY.

<https://www.todayonline.com/singapore/gojek-launches-beta-app-thousands-users>

Clearstream. (2021). *Investment regulation—Thailand*. Investment regulation - Thailand. https://www.clearstream.com/clearstream-en/securities-services/market-coverage/asia-pacific/thailand/investment-regulation-thailand-1280826?utm_source=chatgpt.com

CNN. (2023). *Bangkok Masuk 10 Besar Kota Paling Dicari Turis Dunia, Ada dari RI? gaya hidup*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20231121161311-269-1027152/bangkok-masuk-10-besar-kota-paling-dicari-turis-dunia-ada-dari-ri>

ComfortDelgro. (2018). *ComfortDelgro ANNUAL REPORT 2018*.

ComfortDelgro. <https://links.sgx.com/FileOpen/ComfortDelGro%20-%20Annual%20Report%202018.ashx?App=ArchiveAnnouncement&FileID=548719&AnncID=KD9HNOUSMA9QRBXH>

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed). SAGE Publications.
- Crowe Singapore. (2020). *Crowe Singapore—Registering a Foreign Company*. First Trust Corporate Services Pte Ltd. https://www.crowe.com/sg/-/media/crowe/firms/asia-pacific/sg/crowehorwathsg/media/files/brochures/crowe-singapore----registering-a-foreign-company.pdf?hash=E5FBE6B5EDE5DCF24344B178DD53EA19&sc_lang=en-gb
- DataIndonesia. (2018). *Ekspansi Regional: Gojek Luncurkan Aplikasi di Thailand*. Data Indonesia: Data Indonesia for Better Decision. Valid, Accurate, Relevant. https://dataindonesia.id/arsip-koran/detail/ekspansi-regional-_gojek-luncurkan-aplikasi-di-thailand
- Dhiman, V. (2019). *Zero to One: Gojek's Singapore Story - 8 min read*. Zero to One: Gojek's Singapore Story. <https://www.gojek.io/blog/zero-to-one-gojeks-singapore-story>
- DHL. (2022, Mei 5). *Everything-you-need-to-know-about-Singapore-import-tax*. <https://www.dhl.com/discover/en-au/logistics-advice/import-export-advice/Everything-you-need-to-know-about-Singapore-import-tax>
- Diah Setiawan, S. R. (2019, November 22). *Tiga Kali Ajukan Izin, Gojek Segera Mengaspal di Filipina*. KOMPAS.com. <https://money.kompas.com/read/2019/11/22/110200326/tiga-kali-ajukan-izin-gojek-segera-mengaspal-di-filipina>
- djp. (2020, Februari 4). *THE ELIMINATION OF DOUBLE TAXATION WITH RESPECT TO TAXES ON INCOME AND THE PREVENTION OF TAX EVASION AND AVOIDANCE*. Direktorat Jenderal Pajak. <http://pajak.go.id/id/p3b/singapura>
- DW. (2018). *Jokowi Antar Go-Jek Rebut Pasar Vietnam – DW – 12.09.2018*. dw.com. <https://www.dw.com/id/jokowi-antar-go-jek-rebut-pasar-vietnam/a-45460666>

- Faaez, S. (2018). *Go-Jek announces Southeast Asia expansion* | News. Campaign Asia. <https://www.campaignasia.com/article/go-jek-announces-southeast-asia-expansion/444754>
- Fauzi, A., Suci Wulandari, A., Husadha, C., Khairani, N., Ananda Chairunnisah, S., & Nursafitri, S. (2022). Transformasi Gojek untuk Keunggulan Kompetitif Dalam Perkembangan Ekonomi (Literature Review Metodologi Riset Bisnis). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(3), 705–716. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i3.97>
- Finfolk. (2022). *Finfolk—Krisis Driver di Singapura, Goje...* Finfolk. <https://finfolk.co/>
- Franedy, R. (2019). *Filipina Hadang Go-Jek, Aturan Ini yang Jadi Biang Kerok*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190109124213-37-49768/filipina-hadang-go-jek-aturan-ini-yang-jadi-biang-kerok>
- Gojek. (2018). *Beroperasi di Hanoi, GO-VIET Resmi Diluncurkan di Vietnam*. https://www.gojek.com/blog/gojek/peluncuran-resmi-go-viet?utm_source=chatgpt.com
- Gojek. (2019a). *GOJEK extends BETA phase to all consumers in Singapore*. GOJEK extends BETA phase to all consumers in Singapore. https://www.gojek.com/sg/blog/gojek-extends-beta-phase-to-all-consumers-in-singapore?utm_source=chatgpt.com
- Gojek. (2019b). *SCB Berinvestasi di GOJEK dan Bentuk Kerja Sama Strategis dengan GET di Thailand*. <https://www.gojek.com/blog/gojek/Investasi-SCB-di-GOJEK-Bentuk-Kerja-sama-GET-Thailand>
- Gojek. (2024). *Gojek x ComfortDelGro: More rides, less waiting for passengers*. <https://www.gojek.com/sg/blog/news-gojek-comfortdelgro-cdg-partnership-ridehailing-online-taxi-booking-singapore>
- goodmoneyID. (2020, Maret 4). Satu Tahun Berdiri Bisnis Gojek Laris di Thailand. *goodmoneyID*. <https://goodmoney.id/satu-tahun-berdiri-bisnis-gojek-laris-di-thailand/>
- Goto. (2022). *Prospectus for Initial Public Offering (IPO)*. PT. Gojek Tokopedia Tbk.

- Hao Lee, K. (2024). For Singapore, is Grab Too Big to Fail? *BizBeat*.
<https://bizbeat.nus.edu.sg/thought-leadership/article/for-singapore-is-grab-too-big-to-fail/>
- Hardiantoro, A., & Naufal Dzulfaroh, A. (2024, Februari 1). *Singapura Jadi Negara Paling Tidak Korup di Asia, Ini Alasannya*. KOMPAS.com.
<https://www.kompas.com/tren/read/2024/02/01/110000965/singapura-jadi-negara-paling-tidak-korup-di-asia-ini-alasannya>
- Hastuti, R. K. (2019). *Dengan Teknologi Elektrik, Grab Angkat Pamor Tuk Tuk Thailand*. CNBC Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190629134058-37-81581/dengan-teknologi-elektrik-grab-angkat-pamor-tuk-tuk-thailand>
- Hendartyo, M. (2019, Januari 9). *Go-Jek Dilarang Mengaspal di Filipina Karena Alasan Ini* | *tempo.co*. Tempo. <https://www.tempo.co/ekonomi/go-jek-dilarang-mengaspal-di-filipina-karena-alasan-ini--781721>
- Hicks, W. (2021, Januari 15). Grab leading in food delivery. *Bangkok Post*.
<https://www.bangkokpost.com/business/general/2051295/grab-leading-in-food-delivery>
- Inc, A. P. (2018). *Vietnam Market Research Report—Ride sharing apps popularity in Vietnam* | *Q&Me*. Ride sharing apps popularity in Vietnam.
<https://qandme.net/en/report/ride-sharing-apps-popularity-vietnam.html>
- incorporations.io. (t.t.). *Set up an international business company in Thailand* | *incorporations.io*. Board of Investment Promoted Company (Private company limited by shares). Diambil 20 April 2025, dari
<https://incorporations.io/thailand>
- indexmundi. (2021). *Thailand—Internet penetration*. Thailand - Internet penetration. https://www.indexmundi.com/facts/thailand/internet-penetration?utm_source=chatgpt.com
- INKA. (2018). *INKA*. Begini Perbandingan MRT Singapura, Jepang Dan Indonesia. <https://www.inka.co.id/artikel/begini-perbandingan-mrt-singapura-jepang-dan-indonesia>
- Investing.com. (2018). *Go-Viet Kuasai 35% Pasar Transportasi Online Roda 2 di Vietnam Oleh Warta Ekonomi Online*. Investing.com Indonesia.

- <https://id.investing.com/news/economy-news/goviet-kuasai-35-pasar-transportasi-online-roda-2-di-vietnam-404098>
- IRAS. (2025). *IRAS | Do I need to register for GST*. Do I Need to Register for GST. [https://www.iras.gov.sg/taxes/goods-services-tax-\(gst\)/gst-registration-deregistration/do-i-need-to-register-for-gst](https://www.iras.gov.sg/taxes/goods-services-tax-(gst)/gst-registration-deregistration/do-i-need-to-register-for-gst)
- Jacki. (2024, Juli 15). *Singapore Motorcycle Industry: Navigating Electric Transition and Government Policies - Bike Shop Singapore (Speedzone)*. <https://speedzone.sg/singapore-motorcycle-industry-navigating-electric-transition-and-government-policies/>
- Jakarta Globe. (2022). *GoTo Surges on Debut to Reach Top Three in IDX Market Cap*. Jakarta Globe. <https://jakartaglobe.id/business/goto-surges-on-debut-to-reach-top-three-in-idx-market-cap>
- Jemadu, L. (2019). *Gojek Terima Kucuran Investasi dari Bank Terbesar Thailand*. <https://www.suara.com/tekno/2019/07/11/225847/gojek-terima-kucuran-investasi-dari-bank-terbesar-thailand>
- John Patena, A. (2018). *PCC orders Uber, Grab to explain shutdown of Uber ops | Philippine News Agency*. PCC orders Uber, Grab to explain shutdown of Uber ops. <https://www.pna.gov.ph/articles/1032160>
- 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*.
- Juslaws. (t.t.). *What Is A Foreign Business License | FBL in Thailand*. Diambil 20 April 2025, dari <https://www.juslaws.com/business-commercial/foreign-business-license>
- Kemenparekraf. (2022). *Daftar Perjanjian Bilateral Bidang Pariwisata*. daftar perjanjian bilateral bidang pariwisata. https://kemenparekraf.go.id/hasil-kerjasama-luar-negeri/daftar-perjanjian-bilateral-bidang-pariwisata?utm_source=chatgpt.com
- Kontan.co.id. (2024). *CEO GoTo: Kontribusi Gojek Terhadap Perekonomian Nasional Rp 249 Triliun di 2021*. https://industri.kontan.co.id/news/ceo-goto-kontribusi-gojek-terhadap-perekonomian-nasional-rp-249-triliun-di-2021?utm_source=chatgpt.com

- Kumparan. (2018). *Pemerintah Dukung Penuh Ekspansi Go-Jek ke Negara ASEAN*. kumparan. <https://kumparan.com/kumparantech/pemerintah-dukung-penuh-ekspansi-go-jek-ke-negara-asean-1536810676870072397>
- Kumparan. (2023). *Memahami Usia Produktif Menurut WHO yang Sering Terabaikan*. kumparan. <https://kumparan.com/sejarah-dan-sosial/memahami-usia-produktif-menurut-who-yang-sering-terabaikan-21HF4MQDsU0>
- KumparanTech. (2018a). *Alasan Go-Jek Bikin Aplikasi Mandiri dan Pakai Nama Go-Viet di Vietnam*. kumparan. <https://kumparan.com/kumparantech/alasan-go-jek-bikin-aplikasi-mandiri-dan-pakai-nama-go-viet-di-vietnam-1536750330232872998>
- KumparanTech. (2018b). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Paling Besar di Asia Tenggara*. kumparan. <https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-internet-indonesia-paling-besar-di-asia-tenggara-1543316491867891765>
- KumparanTech. (2018c). *Mengenal Duc Nguyen, Lulusan Harvard yang Jadi CEO Go-Viet*. kumparan. <https://kumparan.com/kumparantech/mengenal-ceo-go-viet-duc-nguyen-orang-kepercayaan-nadiem-makarim-1536745956055855613>
- KumparanTech. (2019a). *3 Layanan GOJEK Versi Thailand di Bangkok: Ojol, Kurir, dan Go-Food*. kumparan. <https://kumparan.com/kumparantech/3-layanan-gojek-versi-thailand-di-bangkok-ojol-kurir-dan-go-food-1551264153436665408>
- KumparanTech. (2019b). *Belum Menyerah, Gojek Kembali Ajukan Izin Mengaspal di Filipina*. kumparan. <https://kumparan.com/kumparantech/belum-menyerah-gojek-kembali-ajukan-izin-mengaspal-di-filipina-1sK2SAXIR8A>
- KumparanTech. (2019c). *GOJEK Resmi Mengaspal di Thailand, Pakai Nama GET | kumparan.com*. <https://kumparan.com/kumparantech/gojek-resmi-mengaspal-di-thailand-pakai-nama-get-1551261641038321094>
- KumparanTech. (2019d). *GOJEK Ungkap Alasan Pakai Nama GET untuk Mengaspal di Thailand*. kumparan.

<https://kumparan.com/kumparantech/gojek-ungkap-alasan-pakai-nama-get-untuk-mengaspal-di-thailand-1551317104561394386>

KumparanTech. (2019e). *Perjalanan Investasi GOJEK dari Awal Berdiri hingga Jadi Decacorn*. kumparan.

<https://kumparan.com/kumparantech/perjalanan-investasi-gojek-dari-awal-berdiri-hingga-jadi-decacorn-1qpQdcGYzjd>

Kurniawan, R. I. (2022). ALASAN FILIPINA MENOLAK EKSPANSI GO-JEK TAHUN 2018-2019. *Universitas Mulawarman*.

Leesa Suchit, N. (2020, Juli 3). Get to consolidate under Gojek brand. *Bangkok Post*. <https://www.bangkokpost.com/business/general/1945468/get-to-consolidate-under-gojek-brand>

Lestari, H. P. (2018). *Gojek Ekspansi ke Vietnam dengan nama Go-Viet, Cara Kerjanya Sama—Page 2*. Gojek Ekspansi ke Vietnam dengan nama Go-Viet, Cara Kerjanya Sama. <https://nextren.grid.id/read/01901650/gojek-ekspansi-ke-vietnam-dengan-nama-go-viet-cara-kerjanya-sama?page=2>

Manager, S. (2024, Februari 28). *Fleksibilitas, Keamanan, dan Menggapai Persatuan dalam Kerja Platform: Kasus Ojol dari Thailand*. Kyoto Review of Southeast Asia. <https://kyotoreview.org/issue-37/ba-platform-work-riders-from-thailand/>

Marschlich, S. (2022). *Corporate Diplomacy: How Multinational Corporations Gain Organizational Legitimacy: A Neo-Institutional Public Relations Perspective*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-36818-0>

Maulidya, A. D., Prasetyo, B., Salsabilla, M., & Prakasya, R. A. (2020). Analisis Ekspansi Gojek 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>

Media, K. C. (2021, Juli 7). *Perkokoh Bisnis Internasional, Gojek Gandeng AirAsia Digital di Thailand serta Tingkatkan Investasi di Singapura dan Vietnam*. KOMPAS.com. <https://money.kompas.com/read/2021/07/07/142625726/perkokoh-bisnis-internasional-gojek-gandeng-airasia-digital-di-thailand-serta>

- Media, K. C. (2023, Maret 20). *GOTO Catat Pertumbuhan GTV 33 Persen Sepanjang 2022, Menjadi Rp 613 Triliun*. KOMPAS.com.
<https://money.kompas.com/read/2023/03/20/175751326/goto-catat-pertumbuhan-gtv-33-persen-sepanjang-2022-menjadi-rp-613-triliun>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (Edition 3). Sage.
- Mogontha, D. G. B., & Aliabbas, A. (2024). Analisa Perbandingan Ekspansi Gojek Ke Empat Negara (Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam). *Jurnal Sosial Teknologi*, 4(9), 680–696.
<https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v4i9.1382>
- muc. (2021). *Indonesia-Singapura Efektif Terapkan Tax Treaty Terbaru 1 Januari 2022*. https://muc.co.id/id/article/indonesia-singapura-efektif-terapkan-tax-treaty-terbaru-1-januari-2022?utm_source=chatgpt.com
- Natalia, I. N. K. dan T. (2024). *Indonesia Tak No. 1, Ini Deretan Negara Pengguna Motor Terbanyak!* CNBC Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/research/20240915124228-128-571982/indonesia-tak-no-1-ini-deretan-negara-pengguna-motor-terbanyak>
- Nation Thailand. (2022). *Grab tuk-tuks ready to roll in Phuket*.
<https://www.nationthailand.com/pr-news/thailand/tourism/40023038>
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (Seventh edition, Pearson new international edition). Pearson.
- Ngazis, A. N. (2018, Juni 29). *Vietnam Dukung Gojek Lawan Grab*.
<https://www.viva.co.id/digital/startup/1049219-vietnam-dukung-gojek-lawan-grab>
- Oanh, B. S. (2024, September 12). *Gojek exit leaves door open for ride-hailers to ascend*. Vietnam Investment Review - VIR. <https://vir.com.vn/gojek-exit-leaves-door-open-for-ride-hailers-to-ascend-114331.html>
- Patel, G. (2023, Januari 1). *Foreign Investment Negative List in the Philippines*. Emerhub. <https://emerhub.com/philippines/foreign-investment-negative-list-in-the-philippines/>
- Phúc H. (2018). *CEO Go-Viet: “Doanh nghiệp nội địa nên cởi mở tiếp nhận những thành công trên thế giới”*. autopros.com.vn.

- <https://autopro.com.vn/ceo-go-viet-doanh-nghiep-noi-dia-nen-coi-mo-tiep-nhan-nhung-thanh-cong-tren-the-gioi-2018102112055033.chn>
- Population Pyramids. (2024). *Population Pyramids of the World from 1950 to 2100*. PopulationPyramid.Net. <https://www.populationpyramid.net/singapore/2018/>
- Pratama, A. (2018). *Bertumbuh Mencapai USD 12,2 Miliar, eCommerce Indonesia Tertinggi di Asia Tenggara*. Www.Digation.Id. <https://www.digation.id/read/012476/bertumbuh-mencapai-usd-122-miliar-ecommerce-indonesia-tertinggi-di-asia-tenggara>
- Pratama, G. (2024, Oktober 17). *Indonesia Terus Perkuat Kerja Sama Ekonomi dengan Thailand*. Infobanknews. <https://infobanknews.com/indonesia-terus-perkuat-kerja-sama-ekonomi-dengan-thailand/>
- psa.gov.ph. (2022, Agustus 12). *Age and Sex Distribution in the Philippine Population (2020 Census of Population and Housing) | Philippine Statistics Authority | Republic of the Philippines*. <https://psa.gov.ph/content/age-and-sex-distribution-philippine-population-2020-census-population-and-housing>
- pwc. (2025). *Vietnam—Corporate—Withholding taxes*. <https://taxsummaries.pwc.com/vietnam/corporate/withholding-taxes>
- Qin, W. (2019). *Vietnam menjadi negara dengan penduduk terbanyak ke-15 di dunia—Xinhua | English.news.cn*. http://www.xinhuanet.com/english/2019-07/11/c_138218350.htm
- Raythmica, D. M., & Paksi, A. K. (2023). *Dinamika Ekspansi Gojek di Thailand*. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 6(3), 350–358. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i3.53248>
- RecordOwl. (t.t.). *GO-JEK SINGAPORE PTE. LTD. (201622762N)*. RecordOwl. Diambil 22 April 2025, dari <http://recordowl.com/company/go-jek-singapore-pte-ltd>
- RecordOwl. (2016). *GO-JEK SINGAPORE PTE. LTD. (201622762N)*. RecordOwl. <http://recordowl.com/company/go-jek-singapore-pte-ltd>
- Redaksi, T. (2019). *Gojek Klaim Kuasai 40% Market Share Vietnam—Nawacita Post*. *Gojek Klaim Kuasai 40% Market Share Vietnam - Nawacita Post*.

<https://www.nawacitapost.com/news/2723922/gojek-klaim-kuasai-40-market-share-vietnam>

Respicio & Co. (t.t.). *Foreign Company Registration in the Philippines*. Respicio

& Co. Diambil 21 April 2025, dari [https://www.lawyer-](https://www.lawyer-philippines.com/articles/foreign-company-registration-in-the-philippines)

[philippines.com/articles/foreign-company-registration-in-the-philippines](https://www.lawyer-philippines.com/articles/foreign-company-registration-in-the-philippines)

Sako, M. (2016). The need for corporate diplomacy. *Communications of the ACM*, 59(4), 33–35. <https://doi.org/10.1145/2892561>

sao N. (2022). *Những hoạt động cộng đồng của Gojek năm qua*. Ngoisao.

<https://ngoisao.vnexpress.net/nhung-hoat-dong-cong-dong-cua-gojek-nam-qua-4561445.html>

Setiawan, T. (2022). Filipina Negara Asia Tenggara Pertama Gunakan Layanan

Internet Starlink. *Jernih.Co*. [https://jernih.co/crispy/filipina-negara-asia-](https://jernih.co/crispy/filipina-negara-asia-tenggara-pertama-gunakan-layanan-internet-starlink/)

[tenggara-pertama-gunakan-layanan-internet-starlink/](https://jernih.co/crispy/filipina-negara-asia-tenggara-pertama-gunakan-layanan-internet-starlink/)

sgpbusiness. (2016). *Singapore Business Directory*. Singapore Business

Directory. <https://www.sgpbusiness.com/company/Gojek-Singapore-Pte-Ltd>

Statista. (t.t.). *Singapore: Daily public bus ridership 2023*. Statista. Diambil 20

April 2025, dari https://www.statista.com/statistics/1006198/singapore-daily-public-bus-ridership/?utm_source=chatgpt.com

Statista. (2021). *Thailand: Share of urban population*. Statista.

https://www.statista.com/statistics/761131/share-of-urban-population-thailand/?utm_source=chatgpt.com

Statista. (2023). *Vietnam: Total population 2023*. Statista.

<https://www.statista.com/statistics/1223284/vietnam-total-population/>

Statista. (2024a). *Philippines—Urbanization 2013-2023*. Statista.

<https://www.statista.com/statistics/455910/urbanization-in-philippines/>

Statista. (2024b, April). *GoTo Group: Annual transacting users 2023*. Statista.

<https://www.statista.com/statistics/1343707/goto-group-annual-transacting-users/>

Steger, U. (2003). *Corporate diplomacy: The strategy for a volatile, fragmented business environment*. Wiley.

- Tammara, A. (2021, Maret 11). Gojek Vietnam Usaha Ekspansi Internasional di Wilayah Asia Tenggara. *101Wired*. <https://101wired.com/2021/03/siapa-berani-coba-nge-gojek-sampai-ke-tanah-naga-biru/>
- Tan, C. (2023, Februari 1). Bus, train usage continues to recover in S'pore; 2022 ridership at 83% of pre-pandemic peak. *The Straits Times*. https://www.straitstimes.com/singapore/transport/bus-train-usage-continues-to-recover-in-s-pore-2022-ridership-at-83-of-pre-pandemic-peak?utm_source=chatgpt.com
- Tech in Asia. (2015, Agustus 27). *This guy turned Go-Jek from a zombie into Indonesia's hottest startup*. Tech in Asia. <https://www.techinasia.com/indonesia-go-jek-nadiem-makarim-profile>
- Tempo. (2018, September 14). *Go-Jek Ekspansi Hingga ke Vietnam, Bagaimana dengan Grab? | tempo.co*. Tempo. <https://www.tempo.co/ekonomi/go-jek-ekspansi-hingga-ke-vietnam-bagaimana-dengan-grab--818798>
- Tempo. (2019). *Go-Jek Akuisisi Fintech Filipina, Begini Respon Rudiantara | tempo.co*. <https://www.tempo.co/ekonomi/go-jek-akuisisi-fintech-filipina-begini-respon-rudiantara--778481>
- thai.news. (2025). *Ride-Hailing Expansion in Thailand: Bolt's Economic Impacts and Future Growth As of February 2025 – THAI.NEWS – Thailand Breaking News*. <https://thai.news/news/thailand/ride-hailing-expansion-in-thailand-bolts-economic-impacts-and-future-growth-as-of-february-2025>
- TheJakartaPost. (2019). *Philippines rejects Go-Jek application—Business—The Jakarta Post*. <https://www.thejakartapost.com/news/2019/01/11/philippines-rejects-go-jek-application.html>
- tradegov. (2024, Januari 9). *Thailand—eCommerce*. Thailand Country Commercial Guide. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/thailand-ecommerce>
- tradingeconomics. (2025). *Tingkat Inflasi Singapura*. <https://tradingeconomics.com/singapore/inflation-cpi>
- Tran, H. (2024, September 5). *Gojek Leaves The Vietnam Market As Growth Companies Push For Profitability*. Vietcetera.

<https://vietcetera.com/en/gojek-leaves-the-vietnam-market-as-growth-companies-push-for-profitability>

Tracxn. (2025, Mei 8). *Gojek—2025 Company Profile—Tracxn*.

https://tracxn.com/d/companies/gojek/_OKM6Fos6wVfZPFhg2WhuyLLOWObhSv6G2VXR2yC3eGY

Tridana, R. (2021). *Internet Technology in the Economic Sector: Gojek Expansion in Southeast Asia: Asia-Pacific Research in Social Sciences and Humanities Universitas Indonesia Conference (APRISH 2019)*, Jakarta, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210531.026>

UNCTAD. (t.t.). *Thailand—Foreign Business Act | Investment Laws Navigator | UNCTAD Investment Policy Hub*. Diambil 20 April 2025, dari <https://investmentpolicy.unctad.org/investment-laws/laws/40/thailand-foreign-business-act>

VCCorp.vn. (2023, Desember 22). *Sau 5 năm hoạt động, Gojek tiếp tục thuộc Top 100 Nơi làm việc tốt nhất Việt Nam*. cafef. <https://cafef.vn/sau-5-nam-hoat-dong-gojek-tiep-tuc-thuoc-top-100-noi-lam-viec-tot-nhat-viet-nam-188231222164259346.chn>

Vietnam Briefing. (t.t.). *Company Setup Process and Requirements in Vietnam—Vietnam Guide | Doing Business in Vietnam*. Company Setup Process and Requirements in Vietnam. Diambil 20 April 2025, dari <https://www.vietnam-briefing.com/doing-business-guide/vietnam/company-establishment/company-setup-process-and-requirements-in-vietnam>

Warta Ekonomi. (2020). *Gojek Resmi Buang Nama “Get” di Thailand, Ganti Jadi ...* Warta Ekonomi. <https://wartaekonomi.co.id/read304400/gojek-resmi-buang-nama-get-di-thailand-ganti-jadi>

Wong, D. (2018). *Singapore’s public transport users among most satisfied in the world—News—The Jakarta Post*. Singapore’s public transport users among most satisfied in the world. <https://www.thejakartapost.com/travel/2018/08/24/singapores-public-transport-users-among-most-satisfied-in-the-world.html?>

- World Bank. (2025). *World Bank Open Data*. World Bank Open Data.
<https://data.worldbank.org>
- Worldometer. (t.t.). *Singapore GDP*. Worldometer. Diambil 20 April 2025, dari
<http://www.worldometers.info/gdp/singapore-gdp/>
- Worldometer. (2025). *Philippines Population (2025)*. Worldometer.
<http://www.worldometers.info/world-population/philippines-population/>
- Yahya, Y., & Cheng Wei, A. (2018, November 11). DBS aims to be the “D” in Gandalf. *The Straits Times*.
<https://www.straitstimes.com/business/banking/dbs-aims-to-be-the-d-in-gandalf>
- Young, C. (2024, September 17). *Complete guide to foreign-owned company registration in Thailand*. Emerhub.
<https://emerhub.com/thailand/complete-guide-to-foreign-owned-company-registration-in-thailand/>
- Yufeng, K. (2021, Januari 13). Uber’s appeal over anti-competitive Grab merger dismissed, \$6.58m fine upheld. *The Straits Times*.
https://www.straitstimes.com/singapore/transport/uber-to-pay-658m-fine-after-losing-appeal-over-merger-with-grab-deemed-anti?utm_source=chatgpt.com
- Yusuf, O. (2018, September 12). *Presiden Jokowi Hadiri Peresmian Ekspansi Go-Jek di Vietnam*. KOMPAS.com.
<https://tekno.kompas.com/read/2018/09/12/16204347/presiden-jokowi-hadiri-peresmian-ekspansi-go-jek-di-vietnam>