



Article Informations
Corresponding Email:
yantiaaz@gmail.com

Received: 28/08/2024; Accepted:
27/02/2025; Published: 27/02/2025

INVESTASI BISNIS GOJEK KE VIETNAM PADA TAHUN 2018 – 2020 MELALUI FOREIGN DIRECT INVESTMENT (FDI)

Yanti Agustin Zainal

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik, Universitas Jenderal Achmad Yani

Abstrak

Skripsi ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai investasi bisnis gojek vietnam melalui *Foreign Direct Investment* (FDI). Untuk mendapatkan gambaran mengenai FDI, tesis ini menggunakan teori liberalisme Adam Smith dan menjelaskan FDI dalam bentuk total investasi jangka panjang pada suatu perusahaan di negara lain dengan tujuan menjadi perekonomian global. FDI memainkan peran penting dalam membantu pemerintah dan masyarakat Vietnam dalam pembangunan dengan menyediakan modal, pengetahuan, dan teknologi yang diperlukan. Vietnam telah mengalami pertumbuhan di sejumlah sektor ekonomi sebagai akibat dari penanaman modal asing (FDI), yang mengakibatkan peningkatan pendapatan perkapita.

Kata Kunci: *Foreign Direct Investment* (FDI), Investasi, Perekonomian Global.

Abstract

The thesis aims to provide an overview of gojek business investment vietnam through Foreign Direct Investment (FDI). To Get an overview of FDI, this is thesis uses Adam Smit'h liberalism Theory and description of FDI in the form of total long term investment in a company in another country with the aim of becomig a global economy. FDI play essential role in assiting the vietnamese goverment an society in the development by providing the necessary capital, knowledge, and technology. Vietnam has experienced growth in numerios economic sector as a resulth of FDI, resulting in a rise in percapita income.

Keyword: *Foreign Direct Investment* (FDI), Investment, Global Economy.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini kebutuhan masyarakat tidak hanya sandang, pangan dan papan, melainkan ada kebutuhan lain yaitu Transportasi. Seiring perkembangan zaman alat transportasi termasuk dalam kebutuhan primer.

Berkembangnya Globalisasi yang pesat pada sekarang ini kita dihadapi pada keperluan serta ketergantungan yang sulit untuk dielakkan sejalan dengan kemajuan teknologi yang makin meningkat. Pertumbuhan ini sudah merubah gaya berkehidupan serta kebiasaan dengan meluas.

Investasi atau penanaman modal adalah bentuk kegiatan penanaman modal yang dilaksanakan sebagian individu diluar serta dalam negeri. Invetasi dalam negeri ialah wujud investasi yang dilaksanakan guna bisnis dalam negeri secara investor lokal. Investasi luar negeri dilaksanakan guna usaha dalam negeri namun pada investor asing, untuk wujud ini, modal dapat dipegang oleh perorangan atau patungan.

Berkembangnya teknologi digital ini sehingga muncul salah satu perusahaan starup di bidang jasa dan transportasi online di Indonesia berupa PT. Karya Anak Bangsa yang disebut Gojek meluncurkan aplikasi untuk ponsel IOS dan Android. Aplikasi yang menawarkan fitur untuk melakukan pemesanan jasa dan transportasi berbasis online secara jarak serta tarif yang sudah ditentukan. Banyak masyarakat yang tertarik dengan aplikasi ini dikarenakan lebih praktis. Peningkatan bisnis yang dilakukan PT. Karya Anak Bangsa atau Gojek mengarah kepada hasil yang optimal, yang didorong secara terdapatnya investasi bisnis yang dilaksanakan di Indonesia serta Asia Tenggara.

Sekarang ini gojek meningkat tajam yang tidak hanya membagikan jasa angkutan saja, namun ada juga dengan basis mobil yang dikenal sebagai Gocar, terdapat angkut muatan besar

secara memakai mobil box yang dikenal Go-Box, serta ada Go-med ialah jasa mengantar obat, Go-Send jasa mengantar barang, Go-shop jasa pembelanjaan produk serta lainnya. Gojek mempunyai transaksi digital yang berkolaborasi pada beragam market place yang dikenal Gopay.

Perubahan yang dialami Gojek dari Tahun 2010 hingga 2015 rupanya menarik perhatian dan minat investor. Beberapa investor yang masuk merupakan pengusaha yang berasal dari luar negeri . Sehingga gojek berencana memperluas pasarnya dengan melakukan ekspansi keberbagai negara dikawasan Asia Tenggara.

PT. Karya Anak Bangsa atau Gojek sudah berada di 167 kota dan kabupatendi Indonesia yang menandakan Gojek melakukan investasi bisnis ke Asia Tenggara khususnya ke Vietnam. Salah satu tujuan investasi bisnis Gojek ini adalah rasa ingin tahu CEO Gojek yaitu Nadiem Makarim. Sejak 2018, Nadiem Makarim selaku CEO Gojek sudah menyetujui ambisi perusahaan guna berekspansike negara lain, terutama di Asia Tenggara. Go-Viet yang ada di Vietnam ialah sama dengan Gojek yang muncul menjadi perolehan atas pertumbuhan perusahaan yang meningkat diberagam negara. Hingga Presiden Indonesia Joko Widodo serta sebagian pejabat negara datang di peresmian Go-Viet yang ada di Hanoi, Vietnam. Presiden Jokowi menjabarkan bila “kemunculan Gojek menunjukkan bahwa negara lain sudah mulai mengadopsi dan menerima teknologi Indonesia dan ia juga menegaskan akan memfasilitasi ekspor teknologi Indonesia”. Go-Viet ialah sebuah dorongan pemerintah indonesia guna meluaskan kaitan komersial bilateral bersama Vietnam. Kesuksesan gojek menjadi korporasi menampilkan utamanya bidang korporasi guna mengembangkan citra negara. Gojek berfungsi menjadi Multinational Corporation ialah non state actor yang mana hendak mengoptimalkan nation branding Indonesia di Vietnam maka bila diarahkan pada misi Gojek ialah

membentuk komitmen periode lama menjadi jasa yang dipakai diseluruh negara, terutama ASEAN, makin terpandu serta menghantarkan efek baik untuk meningkatkan ekonomi Indonesia juga nation branding skala internasional & regional. Dorongan Joko Widodo pada Go-Viet sejak kedatangannya ke Forum Ekonomi Dunia 2018 di Vietnam menampilkan bila pemerintah Indonesia senang pada ide ini serta mensupport Gojek. Apakah model bisnis yang berhasil dijalankan di Indonesia dapat diterapkan dan berhasil di Negara tujuan tersebut. Negara yang ditujupun dipilih karena memiliki karakteristik dan budaya yang hamper sama atau srupa dengan Indonesia. Berdasarkan hal tersebut Gojek hanya perlu melakukan sedikit penyesuaian dalam melakukan pengembangan pasarnya. Focus Gojek adalah untuk menguasai pasar transportasi berbasis online di Asia tenggara khususnya di Vietnam.

Namun, GO-JEK masih mendalami model usaha serta operasi GO-JEK bertarget menjaga pemain industri warga & lokal. Industri transportasi lokal pun bisa sebagai persaingan GO-JEK bila melaksanakan investasi bisnis Gojek di Hirna (jasa taksi premium), Vietnam seperti Micab (jasa taksi dengan basis daring aplikasi), Owto (jasa taksi daring secara penghasilan lebih untuk mitranya tanpa bekerja 16-24 jam), Hype (jasa taksi daring secara harganya kompetitif) & GoLag (jasa taksi daring pada harga yang kompetitif dijam sibuk).

Sementara itu, untuk investasi bisnis Gojek di Vietnam sendiri, GO- JEK menemukan sedikit kendala dalam perizinan dalam memasuki pasar di sana. Namun, GO-JEK juga berpeluang berbisnis di Vietnam dengan menggandeng mitra lokal secara kepemilikan hanya 60% di perusahaan yang berbagi tumpangan selaras pada peraturan Transportation Franchising and Regulatory Board (LTFRB) yang berlaku di Filipina. Selanjutnya, GO-JEK telah mengajukan izin operasi di Manila untuk bermitra dengan Velox Technology Philippines Inc.,

tetapi dibulan yang selaras memberlakukan peraturan baru yaitu ride-hailing sebagai perusahaan transportasi umum dengan kepemilikan asing terbatas hanya 40%.

Mengetahui bahwa Gojek merupakan unicorn asal indonesia yang mulai menunjukkan eksistensinya dipangung perekonomian dunia, bahwa kita perlu menjadi urgensi bagi penelitian untuk mengetahui sejauhmana ekspansi Gojek. Dengan salah satu misi dari Gojek adalah yaitu untuk membangun komitmen jangka panjang sebagai layanan kebanyak negara. Pemerintah indonesia sendiri sangat antusias untuk rencana ini dan memfasilitasi PT Gojek indonesia.

Oleh karena itu, dengan adanya usaha yang dilakukan untuk investasi bisnis Gojek di Asia Tenggara, khususnya di Vietnam maka penulis ingin meneliti mengenai "Investasi Bisnis Gojek Ke Vietnam Pada Tahun 2018 – 2020 Melalui *Foreign Direct Investment* (FDI)".

Terdapat fokus konflik pengkajian ini supaya ruang lingkup tidak meluas serta guna mencegah kesalahan, dimana fokus pengkajian ini mengenai investasi bisnis Gojek ke Vietnam pada tahun 2018 – 2020 melalui *Foreign Direct Investment* (FDI).

Pada pengkajian ini, memasukan pengkajian terdahulu yang berhubungan pada topik pengkajian ini guna menjadi acuan, tolak ukur serta bahan kajian. Sebagian pengkajian terdahulunya berupa:

Pengkajian yang dilaksanakan Anton A. Setiawan & Syamsudin berjudul "Foreign Direct Investment (FDI), Kebijakan Industrial, dan Masalah Pengangguran Studi Empirik di Indonesia adalah penelittian yang mengkaji mengenai pengaruh FDI dan kebijakan industri pada tahun 1983 sampai 2004 di Indonesia terhadap tingkatpengangguran yang ada pada Indonesia secara makro, penelitian tersebut membahas variabelnya secara empirik, yakni dengan menggunakan data

dan sumber asumsi dan teori yang sudah terjadi di Indonesia dengan hasil yang telah didapati pada akhir tahun 2004, penelitian tersebut dilaksanakan untuk memastikan aspek ekonomi makro berupa investasi dan kebijakan yang sudah pada jalur yang benar dan seimbang dapat berpengaruh terhadap tingkat pengangguran yang ada di Indonesia, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa meski sudah dilaksanakannya investasi dan kebijakan yang menyangkut ekonomi secara makro tidak menurunkan tingkat pengangguran secara signifikan, yang dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian tersebut ada faktor lain yang lebih dominan dalam mempengaruhi tingkat pengangguran pada range tahun penelitian tersebut”.

Keselarasannya ialah mengkaji penanaman modal asing berupa FDI untuk fungsinya menangani pengangguran, pada tahun tersebut tidak dialami peningkatan yang dominan, tetapi perolehan pengkajiannya bisa menampilkan terdapatnya panduan yang tidak selaras pada penanaman modal serta perolehan yang didapati, dimana simpulannya bila pemerintah bisa mengkaji tentang pengangguran periode lama, analisa iklim, teknologi serta biaya. Untuk perbedaannya ada di variabel saja.

Kedua, jurnal berjudul “Analisis Industri Bisnis Jasa Online Ride Sharing di Indonesia yang ditulis oleh Berto Mulia Wibawa, Yani Rahmawati, & Mathias Rainaldo dalam jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 8 (1) 2018, hal 9 sampai 20 yang menganalisis tingkat daya tarik dalam industri perjalanan online di Indonesia, dalam hal ini mengenai Inovasi di sektor transportasi dan berbagai layanan online seperti GoJek, Grab, dan Uber”. Perbedaannya pengkajian ini bermetode deskriptif eksploratif guna mengamati 5 ketangguhan Porter menjadi media analisa industri. Penghimpunan data bermetode wawancara ke driver yang dipilih.

Ketiga, berjudul “Ekspansi MINISO ke Indonesia (2017) ditulis oleh Christy Angelia Hady yang membahas mengenai Ekspansi yang dilakukan oleh MINISO ke Indonesia pada saat

kecenderungan penurunan Industri Ritel di Indonesia pada tahun 2017, dimulai dengan membahas tentang MINISO sebagai Perusahaan Multinasional yang berekspansi ke Indonesia, lalu kecendrungan turunnya industri ritel Indonesia hingga faktor yang menjadi pertimbangan untuk ekspansi MINISO ke Indonesia”. Perbedaan pengkajian ini hendak mengkaji tentang strategi ekspansi yang dilaksanakan Gojek di Thailand. Perbandingannya ada di subjek, dipengkajian terdahulu mengkaji mengenai ekspansi Miniso ke Indonesia sejak 2017, namun pada pengkajian yang hendak dilaksanakan menjabarkan mengenai strategi ekspansi yang dilaksanakan Gojek di Thailand sejak 2020.

2. PEMBAHASAN

2.1 Ekspansi Gojek Tidak Hanya di Vietnam dan Thailand

Ekspansi ke Vietnam dan Thailand

Indonesia berbangga akan kehadiran Gojek sebagai salah satu unicorn buatan anak bangsa yang dimana dengan hadirnya Gojek serta meroketnya performa bisnis Gojek di Indonesia membuat Indonesia memiliki merek local untuk layanan transportasi online multi servis yang mampu menyaingi merek transportasi online luar negeri seperti Uber dan Grab. Gojek sendiri membawa ciri khas transportasi public informal Indonesia, yaitu ojek motor yang dimana transportasi ini merupakan transportasi yang terjangkau seluruh masyarakat Indonesia. Branding inilah yang membuat Gojek dapat melakukan ekspansi ke negara lain dimana Gojek mampu meningkatkan Valuasi pasar.

Penelitian mengenai dinamika ekspansi gojek di Vietnam dan Thailand dilihat cukup berhasil ke negara tersebut. Dapat dilihat dari upaya yang dilakukan perusahaan Gojek Indonesia untuk dapat melebarkan sayapnya hingga ke negara Asia Tenggara. PT.

Indonesia mulai mencoba melakukan ekspansi awalnya dengan bantuan investasi modal asing, karena penanaman modal mempengaruhi jalannya kegiatan ekspansi.

Vietnam dianggap negara yang paling optimal untuk jenis teknologi atau layanan yang ada di platform Gojek. Hal ini dilihat oleh tim Gojek dari jumlah penduduk Vietnam yaitu sebanyak hampir 107 juta orang dengan penetrasi telepon genggam yang sangat tinggi. Hal ini menyebabkan konsumen di negara Vietnam sangat atraktif dan terbuka dengan produk baru terutama teknologi (Rahman, 2018).

Selanjutnya disebutkan pula bahwa rasio perkapita penggunaan motor roda dua Vietnam merupakan nomor satu di Asia Tenggara. Hal ini sangat mendukung pengembangan Gojek karena platform ini memang berdasarkan pada penggunaan sepeda motor untuk memberikan layanan kepada pelanggan. Di sisi lain, regulasi dan pemerintah di Vietnam sangat mendukung. Hal itulah yang menjadikan alasan mengapa Vietnam bisa menjadi pasar sempurna untuk untuk mulai ekspansi bisnis Gojek ke ranah regional Asia Tenggara (Amajida, 2016).

Sedangkan ekspansi yang dilakukan Gojek di Thailand adalah dengan membentuk sebuah anak perusahaan yang diberinama dengan Get. Get telah beroperasi di 14 wilayah di Bangkok, Thailand. Empat belas wilayah tersebut meliputi Chatuchak, Lad Prao, Wang Thong Lang, Sathorn, Bang Rak, Klongtoey, Yannawa, Bangkok, Ratchathewi, Pathumwan, Phyathai, Beung Kum, Bang Kho Laem dan Rat Burana (Suryanto, 2019). Terdapat dua layanan yang ditawarkan oleh Get, yaitu Get Win dan Get Delivery. Get Win merupakan layanan ride-hailing dan sedangkan Get Delivery merupakan kurir pengiriman.

Thailand merupakan negara kedua tujuan ekspansi bisnis Gojek di Asia Tenggara. Salah satu penyebab pemilihan negara ini adalah jumlah penggunaan transportasi dengan mode ride-

sharing yang sangat tinggi. Hal ini dibuktikan dengan pendapatan Thailand di segmen ride hailing berjumlah US \$ 1.037 juta pada tahun 2019. Pendapatan ini diperkirakan akan menunjukkan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 24,1%, sehingga menghasilkan volume pasar sebanyak US \$ 2.461 juta pada tahun 2023 (Statista, 2019). Hal ini tentu sangat menarik bagi perusahaan Gojek itu sendiri.

Secara umum, ekspansi yang dilakukan ke wilayah regional Asia Tenggara ini dilakukan oleh Gojek adalah dilatarbelakangi oleh rasa ingin tahu yang sangat tinggi dari tim yang bekerja di Gojek. Nadiem Makarim sebagai pendiri Gojek, menyatakan bahwa tim Gojek ingin mengetahui apakah model jasa Gojek yang sudah berhasil di Indonesia juga dapat diterapkan di pasar dengan kebudayaan yang berbeda, atau hanya dapat diterima di Indonesia saja.

Melalui CEO dan founder Gojek, Nadiem Makarim menilai Vietnam sebagai negara yang paling optimal untuk jenis teknologi layanan Gojek. Ini menjadi salah satu alasan mengapa Gojek akhirnya melebarkan sayap ke negara itu. Vietnam negara yang paling optimal untuk jenis teknologi atau layanan yang ada di platform kami. Kita lihat populasinya besar, sampai 107 juta orang," ujar dia di Hanoi, Alasan lainnya adalah penetrasi telepon pintar masyarakat Vietnam yang tinggi dan rasio per kapita penggunaan motor roda dua di sana tidak ada yang mengalahkan di Asia Tenggara. Di Asia Tenggara nomor satu. Konsumennya cukup antraktif dan open pada produk baru terutama teknologi dan juga salah satu yang spesial semangat gotong royong luar biasa dukungan Pemerintah Vietnam pada pengoperasian Go-Viet, aplikasi berbasis daring yang merupakan perpanjangan tangan PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) bersama warga lokal Vietnam. Juga Regulasi dan pemerintah sangat mendukung. Hal itulah yang menjadi situasi kenapa Vietnam bisa menjadi market perfect untuk mulai, Go-Viet resmi beroperasi di dua kota

Vietnam, Ho Chi Minh City dan Hanoi. Hanoi merupakan kota kedua setelah Ho Chi Minh City yang menjadi lokasi peluncuran aplikasi ini. Di Ho Chi Minh City, Go-Viet meluncur kali pertama pada Agustus 2018 (Peraturan Bank Indonesia Nomor 20, 2018).

Saat ini Go-Viet memiliki 25 ribu driver. Ada dua layanan yang tersedia, yakni Go-Ride dan Go-Send. Tapi ke depan bakal ada banyak layanan lain yang dihadirkan. Go-Viet akan menjadi platform yang menghadirkan banyak layanan lokal. Kami harus memenuhi kebutuhan masyarakat Vietnam, petinggi Go-Viet menyadari bahwa menjalankan bisnis ride sharing di Vietnam harus berhadapan dengan sejumlah pemain, salah satu kompetitor yang kuat adalah Grab. Di setiap market, di setiap layanan ada pesaingnya, entah itu ride sharing, pengiriman makanan dan dompet digital. Kami harus bersaing di setiap bidang, tetapi hal itu bagus karena menghadirkan opsi di pasar. Dan Gojek percaya bahwa akan lebih bermanfaat bagi pengguna dan pengemudi.

2.2 Transfer Teknologi

Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi berbasis online, dimana akses teknologi yang menjadi penghubung antara pengemudi dan penggunanya secara langsung. Berkembangnya teknologi Gojek juga mengembangkan berbagai fitur layanan yang secara online yang dapat diakses dan digunakan langsung oleh masyarakat sesuai dengan kebutuhannya.

Dalam hal ini Gojek merupakan transportasi online harus membangun citra yang dapat mendorong proses diplomasi yang bertahan lama untuk berkompetisi. Para pelaku actor ekonomi melibatkan sector ekonomi lebih banyak, peran teknologi memiliki peran penting untuk membangun layanan yang berkualitas yang dapat diakses seluruh masyarakat.

Aplikasi GoViet yang tentunya mengadopsi teknologi Gojek yang berasal dari Indonesia juga merupakan salah satu upaya

untuk mengenalkan performa teknologi yang dimiliki oleh Indonesia sehingga kedepan semakin banyak teknologi Indonesia masuk kekanca internasional. Meskipun saat ini layanan dalam GoViet masih terbatas hanya Goride dan GoSend, namun kedepannya akan diadakan penambahan fitur. Diharapkan dukungan dan ekspansi teknologi dapat diapresiasi oleh pemerintah Indonesia, Untuk meningkatkan identitas Indonesia didalamnya. Merek Dagang Gojek akan membawa Indonesia didalamnya mengingat perusahaan ini Unicorn asal Indonesia. Dengan adanya citra Indonesia untuk meningkatkan kerja sama anantara Indonesia dan Vietnam, diharapkan kedepanya perusahaan Indonesia dapat dilirik sehingga lebih banya lagi yang melakukan Ekspansi di Asia Tenggara.

Kontribusi dan peran Go-Jek dalam mendirikan Go-Viet tidak sekedar mengucurkan dana investasi. Perusahaan yang punya tagline "Karya Anak Bangsa" ini turut mentransfer teknologi dan pengalaman. CEO Go-Jek Nadiem Makarim, sebelum beroperasi semua punggawa Go-Viet diboyong ke Indonesia. Tidak terkecuali Nguyen Vu Duc. Mereka diminta mengamati langsung Go-Jek di Indonesia Setelah tim Go-Viet kembali ke negaranya, Go- Jek tak lantas lepas tangan. Nadiem kemudian mengirimkan tim Go-Jek ke Vietnam (Fukuoka, 2021).

3. KESIMPULAN

PT. Gojek Indonesia merupakan sebuah badan usaha yang bergerak dibidang transportasi online. Tingginya tingkat persaingan antar perusahaan sejenis membuat setiap perusahaan dituntut harus memiliki strategi-strategi untuk memenangkan persaingannya. Inovasi – inovasi yang dilakukan Perusagaan perusahaan sehingga PT. Gojek Indonesia melakukan ekspansi kenegara-negara Asia Tenggara. Negara-negara yang dituju dipilih karena memiliki karakteristik dan budaya yang serupa dengan Indonesia. Berdasrkan hal tersebut Gojek hanya perlu melakukan

sedikit penyesuaian dalam melakukan pengembangan pasar. Tujuan dari pengembangan pasar ini salah satunya adalah menjadikan Gojek sebagai *Super app* yang memberikan banyak layanan dalam satu aplikasi dan digunakan oleh banyak orang serta berfokus pada tujuan dapat menguasai pasar daring Asia Tenggara.

Dalam melakukan Ekspansi didalam maupun diluar negeri, perusahaan harus mengetahui dan memperhitungkan keadaan lingkungan. Hal ini dikarenakan lingkungan dapat memberikan dampak yang bersifat positif dan negative terhadap rencana strategi perusahaan.

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perindustrian proaktif menumbuhkan pelaku usaha rintisan digital atau startup di Indonesia. Upaya ini merupakan salah satu langkah untuk mewujudkan target penciptaan wirausaha industri baru sebanyak 20.000 orang pada tahun 2019. Meluasnya ekspansi GO-JEK di ASEAN memang dimulai 160 Muslimin Vietnam dan Industri Halalnya Mereka Juga Belajar ke LPPOM MUI dari negeri Vietnam, mengusung nama brand Go-Viet sebagai penyedia jasa transportasi berbasis aplikasi di Vietnam. Goviet resmi diluncurkan pada bulan September 2018 yang langsung dihadiri oleh Presiden RI Joko Widodo. Sedemikian penting seorang presiden datang karena hal ini menjadi indikator yang dapat dibanggakan Indonesia bahwa startup dari Indonesia terbukti mampu berekspansi di regional ASEAN. Go-Viet merupakan mitra lokal di Vietnam dari GO-JEK, salah satu perusahaan unicorn ASEAN yang berasal dari Indonesia. Di Indonesia, banyak pelaku UKM-UMKM yang terpengaruh dengan keberhasilan GO-JEK sehingga mampu mencapai posisi competitive advantage. Dagangan mereka laku tanpa harus membuka toko. Sebagian besar dari usaha tersebut terdapat para pelaku industri rumahan halal berlogo sertifikasi halal LPPOM MUI. Oleh karena itu, ke depannya akan sangat menarik untuk meneliti sejauh mana

kehadiran Go-Viet asal GOJEK Indonesia mampu memengaruhi usaha kecil dan mikro masyarakat muslimin Vietnam sehingga juga mampu untuk mencapai competitive advantage-nya di antara persaingan yang ada di Vietnam. Berdasarkan uraian yang dikemukakan, Kita sadari bahwa kini Vietnam benar-benar sudah berlari lebih kencang dari Indonesia. Indonesia justru kini yang perlu berendah hati mempelajari kemajuan Vietnam, mem-benchmark setiap keberhasilan di sana, mengurai bagaimana strategi dan metode yang mereka gunakan, serta dari mana saja datangnya investasi yang masuk ke Vietnam, termasuk dalam dinamika industri halal di Vietnam secara melalui branding. Apalagi semenjak diimplementasikannya kerjasama ekonomi dan pembangunan yang komprehensif.

Selanjutnya peluang dan tantangan Goviet untuk indonesia kedepan adalah sebagai salah satu karya anak bangsa sebagai penyedia jasa transportasi online yang telah berhasil melakukan ekspansi ke berbagai Negara di Asia Tenggara karena pencapaiannya yang luar biasa di Indonesia. Gojek mulai berkembang menjadi grup teknologi multinasional yang menjadi pilihan jutaan masyarakat Asia Tenggara. Hal ini Vietnam merupakan destinasi pertama Gojek untuk melakukan ekspansi kerjasama dengan menggunakan pilihan nama Goviet. Diharapkan dari kerjasama ini untuk menyelaskan organisasi sebagai kesatuan yang memiliki Value, asas serta prinsip yang sama masing-masing bangsa.

REFERENSI

- Adzraa, Hanna, Caityln, Hazsna & Abdiel, 2021, Diplomasi Ekonomi Indonesia terhadap Vietnam melalui kerjasama ekspor benih Lobster pada tahun 2020-2021
- Anggriani Alamsyah, 2023, Diversification Strategy Theory and Practice in Go- jek Indonesia, Vol 10.No.2 .
- Adi setiadi, 2020 Efisiensi biayatransaksi dalam penyesuaian

penetapan tarif baru: Studi Strategi bersaing Gojek terhadap Regulasi baru dan bertahan di Era Pandemi Covid 19, Vol.2 No. 3.

- Chaerunisa, Shanti & Sophiana, 2022, Foreign direct Investment of Indonesian Leading Startup Unicorn in Vietnam to Enhance Digital Workforce Skills, Vol 9, No.7.
- Hino Samuel, Pradpta, Khalifah & Ayuningsih, 2020, Corporate Diplomacy Go- Jek Melalui Pendirian Go-Viet 2018-2020 Tinjauan Nation Branding Indonesia di Vietnam, Vol, 6, No. 2.
- Mas Rahmah, 2020. *Hukum Investasi*, Jakarta Timur: Kencana.
- Nafisiah Rizqillah & Najamudin Khairur, 2022, Globalisasi Ekonomi Vietnam dalam kerangka Pembangunan Belt and Road Initiative, Vol 12, No 1.
- Nguyen Bich Thuy & le hai Ha, 2022, Customer's Trust in the sharing Economy: A study on Gojek Car Service in Vietnam, Vol.6, No.5.
- Ohy, G., Kawung, E.J.R., & Zakarias, J.D. (2020). *Perubahan gaya hidup sosial masyarakat pedesaan akibat globalisasi di Desa Rasi Kecamatan Ratahan Kabupaten Minahasa Tenggara*. Jurnal Holistik.
- Rizky Pramana, 2020, The Effect of Indonesia's Processed food Industry in Vietnam in 2018-2019 Vol. 7, No 1.
- Risca Hanesty maharani, 2021, Liberalisasi perdagangan jasa oleh Gojek dan Grab dalam perspektif Hukum Internasional, Vol. 8 No.2.
- Rina Tridana, 2019, Internet Technology in the Economic Sector: Gojek expansion in Southeast Asia, Vol.558
- Tehubijuluw Zachariasi dkk, 2019. *Metode Penelitian Sosial: Teori dan Aplikasi*, Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Abdul Aziz, 2010. *Manajemen Investasi Syariah*, Bandung: Alfabeta.
- Ambarsari, Indah & Purnomo, D. (2005). *Studi tentang Penanaman Modal Asing di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan, Volume 6.
- Andryanto, R. Digital Marketing. 2018. *Pengertian dan Strategi Terbaik untuk Menerapkan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- F. Y. Kristo, "Awal Mula Transportasi Online Menjamur di Indonesia," 2017.
- Hasan Shadily, 2015. *Kamus Lengkap Inggris Indonesia*, Jakarta:

PT.Gramedia Pustaka Utama.

- John W. Creswell, Research Design. 2003. *Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Sage Publication.
- Krugman, Paul R dan Maurice Obstfeld. 2004. *Ekonomi Internasional: Teori dan Kebijakan*. Edisi ke-lima jilid satu. (diterjemahkan oleh: Faisal H. Basri). Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Mas Rahmah, 2020. *Hukum Investasi*, Jakarta Timur: Kencana.
- Mestika Zed, 2008. *Metode Penelitian Kepustakaan*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Ohy, G., Kawung, E.J.R., & Zakarias, J.D. (2020). *Perubahan gaya hidup sosial masyarakat pedesaan akibat globalisasi di Desa Rasi Kecamatan Ratahan Kabupaten Minahasa Tenggara*. Jurnal Holistik.
- Salim HS, Erlies Sepriana Nurbani, 2013. *Hukum Divestasi di Indonesia*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Syamsudin dan Anton Setiawan, 2008. *Foreign Direct Investment (FDI), Kebijakan Industri, dan Masalah Pengangguran; Studi Empirik di Indonesia*, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jawa Tengah Vol. 9, No.1.
- Tehubijuluw Zachariasi dkk, 2019. *Metode Penelitian Sosial: Teori dan Aplikasi*, Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.