



STUDI KLAYAKAN BISNIS : ASPEK EKONOMI DAN SOSIAL (Studi Kasus: GO-JEK)

Nabila Iskandar

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Anisah Cyntia Dewi Pratama

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Alamat: Jln.IAIN No 1 Gaharu, Kec.Medan Timur

Korespondensi penulis: nabilaiskandar1112@gmail.com

Abstrak

This study aims to analyze the business feasibility of GO-JEK as a pioneer of online transportation services in Indonesia, with a focus on socio-economic impacts, economic challenges, and government support. This study uses a qualitative method with a literature study approach, utilizing relevant academic literature published in the last 10 years. The results of the analysis show that GO-JEK has a significant positive impact on the national economy, such as job creation, increasing MSME income, and empowering certain groups. However, challenges such as partner income and competition with the traditional sector need to be addressed. Continued government support is key to the development of the GO-JEK business model to provide inclusive and sustainable socio-economic impacts.

Keywords: *Economic and Social Aspects, Digitalization, Business Feasibility*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis GO-JEK sebagai pelopor layanan transportasi online di Indonesia, dengan fokus pada dampak sosial-ekonomi, hambatan ekonomi, dan dukungan pemerintah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan, memanfaatkan literatur akademik relevan yang dipublikasikan dalam 10 tahun terakhir. Hasil analisis menunjukkan bahwa GO-JEK memiliki dampak positif signifikan terhadap perekonomian nasional, seperti penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan UMKM, dan pemberdayaan kelompok tertentu. Namun, tantangan seperti ketidakpastian pendapatan mitra dan persaingan dengan sektor tradisional perlu diatasi. Dukungan pemerintah yang berkelanjutan menjadi kunci bagi pengembangan model bisnis GO-JEK untuk memberikan dampak sosial-ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Aspek Ekonomi dan Sosial, Digitalisasi, Kelayakan Bisnis

PENDAHULUAN

Artikel GO-JEK, yang didirikan oleh Nadiem Makarim pada 13 Oktober 2010, merupakan salah satu startup Unicorn pertama di Indonesia. Awalnya, GO-JEK berfokus pada layanan transportasi berbasis ojek dengan 20 pengemudi yang terhubung melalui sistem call center. Namun, pada tahun 2014, setelah mendapatkan investasi besar, GO-JEK mengembangkan aplikasi untuk Android dan iOS yang diluncurkan pada Januari 2015. Peluncuran aplikasi ini meningkatkan efisiensi operasional dan popularitas layanan GO-JEK, mengubahnya menjadi platform besar dengan ratusan ribu pengemudi dan layanan yang lebih beragam, seperti Go-Ride, Go-Food, Go-Mart, dan Go-Send.

Sebelum aplikasi diluncurkan, GO-JEK hanya mencatatkan 3.000 pesanan per hari, namun setelah aplikasi dirilis, angka tersebut meningkat tajam menjadi 10.000 pesanan per hari. Pada 2017, jumlah pesanan harian mencapai 300.000, dan GO-JEK juga membuka peluang kerja bagi lebih dari 30.000 pengemudi difabel. Ini menunjukkan bahwa GO-JEK tidak hanya memberikan

layanan transportasi, tetapi juga menciptakan dampak sosial yang signifikan dengan menyediakan lapangan pekerjaan bagi kalangan terpinggirkan, seperti penyandang disabilitas.

Sebagai pelopor dalam industri jasa transportasi online di Indonesia, GO-JEK hadir untuk mengatasi kemacetan di Jakarta dengan menghubungkan penumpang dan pengemudi ojek melalui aplikasi mobile. Tidak hanya berfokus pada transportasi, GO-JEK juga memperluas layanan ke sektor lain seperti pengantaran makanan, belanja, dan pembayaran digital melalui GoPay. Transformasi ini memungkinkan GO-JEK untuk mencakup berbagai segmen pasar dan menciptakan nilai tambah bagi masyarakat.

Keberadaan GoJek telah memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian lokal. Dengan menyediakan lapangan kerja bagi ribuan pengemudi ojek, GoJek telah berkontribusi dalam mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Penelitian (Iwen Suseno, Siti Heidi Karmela, 2024) menunjukkan bahwa banyak pengemudi GoJek yang sebelumnya bekerja di sektor informal kini dapat memperoleh pendapatan yang lebih stabil dan layak. Selain itu, keberadaan GoJek juga mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM), terutama dalam sektor kuliner dan retail, yang memanfaatkan platform GoFood dan GoMart untuk menjangkau pelanggan lebih luas.

GoJek telah berhasil menciptakan perubahan dalam pola mobilitas masyarakat. Layanan ini tidak hanya memudahkan akses transportasi tetapi juga memberikan rasa aman kepada pengguna dengan sistem pemesanan yang transparan dan terukur. Penelitian (Langging et al., 2020) di Yogyakarta menunjukkan bahwa layanan GoRide sangat diminati oleh kalangan muda, yang merasa lebih nyaman menggunakan aplikasi dibandingkan metode transportasi tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa GoJek tidak hanya berfungsi sebagai alat transportasi, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup modern yang efisien.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kelayakan bisnis GO-JEK sebagai salah satu pelopor layanan transportasi online di Indonesia, dengan fokus pada dampak sosial-ekonomi yang dihasilkan serta keberlanjutan operasional perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini juga berupaya untuk mengevaluasi kontribusi GO-JEK dalam menciptakan lapangan kerja, mendukung pertumbuhan UKM, dan mengubah pola mobilitas masyarakat. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis untuk pengembangan inovasi layanan serta memastikan keberlanjutan dan relevansi GO-JEK sebagai platform transportasi dan gaya hidup modern di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan library research untuk menganalisis berbagai bahan bacaan yang relevan dengan permasalahan yang diangkat. Ada tiga fokus utama yang menjadi perhatian dalam penelitian ini. Pertama kelayakan Go-Jek dalam aspek ekonomi dan sosial serta dampaknya, kedua; hambatanannya di bidang ekonomi, ketiga; dukungan pemerintah. Ketiga permasalahan ini saling berkaitan untuk upaya mengetahui layaknya bisnis Go- Jek ini kedepannya dalam aspek ekonomi dan sosial. Jenis penelitian ini termasuk dalam *Literature Review* atau penelitian kepustakaan, yang bertujuan menjawab dan menelaah isu-isu tersebut berdasarkan berbagai literatur yang telah ada seperti buku, artikel jurnal dan literatur relevan dengan penelitian. Literatur dipilih melalui proses pencarian sistematis di basis data akademik seperti Google Scholar, Publish or Perish dengan menggunakan kata kunci spesifik seperti "aspek ekonomi dan sosial" dan "Kelayakan bisnis Go-Jek." dengan publikasi dalam 10 tahun terakhir sehingga diperoleh sumber data skunder untuk penelitian ini dan kemudian ditarik Kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan literatur yang telah didapat berikut hasil temuan oleh penulis:

A. Aspek Sosial Ekonomi dan Dampaknya

Kehadiran Go-Jek di Indonesia telah membawa perubahan besar dalam lanskap sosial ekonomi negara ini. Sebagai platform layanan berbasis teknologi yang menyediakan berbagai layanan, mulai dari transportasi, pengantaran makanan, hingga berbagai layanan lainnya, Go-Jek telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan masyarakat Indonesia. Dampak sosial ekonomi yang ditimbulkan oleh Go-Jek telah menjadi topik yang menarik untuk diteliti, mengingat kontribusinya yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, Go-Jek tercatat memberikan kontribusi ekonomi yang luar biasa, dengan total sumbangan mencapai Rp 44,2 triliun pada tahun 2018. Penelitian ini melibatkan lebih dari 7.500 responden yang tersebar di berbagai kota besar di Indonesia, termasuk Jakarta, Bandung, dan Bali, yang melibatkan mitra pengemudi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), serta konsumen. Hasilnya menunjukkan bahwa sekitar 89% konsumen merasa bahwa Go-Jek memberikan dampak positif bagi masyarakat, dan 78% menyatakan bahwa jika Go-Jek berhenti beroperasi, dampaknya akan sangat merugikan.

Dalam hal perekonomian, Go-Jek memberikan kontribusi yang sangat signifikan. Dengan total kontribusi mencapai Rp 44,2 triliun pada tahun 2018, Go-Jek telah membuktikan bahwa perusahaan berbasis teknologi dapat memberikan dampak ekonomi yang besar, tidak hanya bagi perusahaan itu sendiri, tetapi juga bagi masyarakat dan negara (Herman & Naruliza, 2018). Kontribusi ini meliputi pendapatan yang diterima oleh mitra pengemudi, UMKM yang tergabung dalam platform Go-Jek seperti GoFood, dan berbagai sektor lainnya yang terlibat dalam ekosistem digital Go-Jek. Ekosistem ini memungkinkan para pengusaha dan pekerja untuk mendapatkan penghasilan lebih besar, berkat adanya akses yang lebih luas dan efisien untuk memasarkan produk mereka, serta peluang kerja baru yang tercipta melalui platform Go-Jek. (Nara Weking & Ndala, 2018).

Salah satu sektor yang merasakan manfaat langsung dari keberadaan Go-Jek adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM yang tergabung dalam platform Go-Jek, terutama dalam layanan GoFood, mampu menjangkau lebih banyak konsumen melalui aplikasi ini. Pada tahun 2021, rata-rata pendapatan mitra GoFood tercatat

meningkat sebesar 66% dibandingkan tahun sebelumnya sebagaimana penelitian (Primawati, 2020) dalam wawancara salah satu informannya menyatakan “*Sebelum adanya go-jek penghasilan sehari warung Bu Ana bisa mencapai dua juta tetapi dengan adanya go-jek penghasilannya meningkat 50%*”. Ini menunjukkan bagaimana Go-Jek berperan dalam meningkatkan daya saing UMKM dengan memberikan akses pasar yang lebih luas dan lebih mudah dijangkau oleh konsumen. Bagi pengemudi, baik yang mengoperasikan GoRide maupun GoCar, pendapatan mereka juga mengalami peningkatan yang signifikan, dengan GoRide mengalami peningkatan pendapatan sebesar 18% dan GoCar sebesar 24%. Ini menunjukkan bahwa platform Go-Jek tidak hanya mendukung sektor UMKM, tetapi juga menciptakan lapangan pekerjaan yang berkontribusi pada peningkatan perekonomian (Ermawati & Lestari, 2022).

Selain dampak ekonominya, Go-Jek juga memiliki dampak sosial yang cukup besar, terutama dalam hal pemberdayaan masyarakat dan penciptaan peluang kerja. Dengan hadirnya Go-Jek, banyak orang yang sebelumnya kesulitan mencari pekerjaan kini memiliki akses untuk memperoleh pendapatan melalui pekerjaan sebagai mitra pengemudi atau melalui UMKM yang tergabung dalam platform ini. Keberadaan Go-Jek telah membuka peluang kerja bagi kelompok usia produktif, dengan sekitar 77% pengemudi Go-Jek berusia antara 20 hingga 39 tahun. Mayoritas pengemudi Go-Jek juga memiliki latar belakang pendidikan yang relatif sederhana, dengan mayoritas hanya berpendidikan SMA. Hal ini menunjukkan bahwa Go-Jek tidak hanya menciptakan lapangan pekerjaan yang luas, tetapi juga memberikan kesempatan kepada mereka yang sebelumnya kesulitan mengakses pekerjaan formal, seperti pengangguran terdidik, untuk memperoleh penghasilan (Bahasoan et al., 2024).

Keberadaan Go-Jek juga sangat berdampak bagi perempuan, yang seringkali menjadi tulang punggung keluarga. Sekitar 70% mitra pengemudi Go-Jek adalah perempuan, dan banyak dari mereka yang menjadikan pekerjaan ini sebagai sumber penghasilan utama untuk keluarga mereka. Bagi perempuan, terutama yang berada di daerah perkotaan, Go-Jek memberikan kesempatan untuk bekerja dengan fleksibilitas waktu yang memungkinkan mereka untuk menyeimbangkan pekerjaan dengan kewajiban keluarga. Hal ini berkontribusi pada pemberdayaan perempuan, meningkatkan kesejahteraan keluarga, dan mendorong partisipasi perempuan dalam ekonomi secara lebih luas (Herman & Naruliza, 2018).

B. Hambatan di Bidang Ekonomi

Kehadiran Go-Jek di Indonesia memang membawa banyak perubahan positif, namun juga menghadapi sejumlah tantangan di bidang ekonomi. Salah satu hambatan utama yang dihadapi adalah persaingan yang semakin ketat dengan layanan transportasi tradisional dan platform digital lainnya. Meskipun Go-Jek telah menciptakan banyak peluang kerja, namun keberadaannya juga menyebabkan disrupsi pada sektor transportasi konvensional, yang mengakibatkan pengemudi ojek tradisional kehilangan pendapatan. Penelitian (Yunus, 2017) menunjukkan bahwa sekitar 60% pengemudi ojek konvensional merasa terancam oleh kehadiran layanan berbasis aplikasi seperti Go-Jek, yang membuat mereka kesulitan untuk bersaing dalam hal harga dan efisiensi layanan. Sebagaimana dalam hasil wawancara yang dilakukan oleh (Yunus, 2017) informannya menyatakan *“tukang becak sangatlah berdampak dengan adanya go-jek mereka mengaku bahwa banyak tidak driver Go-Jek tidak boleh mengangkut penumpang, misalnya di stasiun, terminal dan tempat-tempat khusus yang telah disepakati antara ojek pangkalan, supir angkut dan tukang becak dengan driver Go-Jek. penumpangnya beralih ke Go-Jek sehingga pendapatan mereka turun hingga 50%, jika sebelum ada Go-Jek pendapatan mereka tiap hari berkisar antara Rp.50.000 sampai dengan Rp. 150.000 mereka sekarang mengaku paling banyak mendapatkan uang hanya sekitar Rp. 30.000 sampai dengan Rp.50.000 saja tiap harinya.*

Ketidakpastian pendapatan merupakan tantangan utama yang dirasakan oleh mitra pengemudi Go-Jek. Pendapatan yang tidak stabil membuat mereka sulit untuk memenuhi kebutuhan operasional, seperti biaya perawatan kendaraan, bahan bakar, dan perlengkapan kerja lainnya. Penelitian (Suryatama et al., 2023) menunjukkan bahwa pengemudi sering kali harus mengorbankan kualitas perawatan kendaraan karena keterbatasan dana. Hal ini tentu berimbas pada performa pelayanan mereka kepada konsumen, seperti keterlambatan dalam pengantaran atau kenyamanan kendaraan yang menurun. Ketidakpastian ini juga memengaruhi kesejahteraan psikologis pengemudi. Mereka sering kali merasa cemas terhadap masa depan pekerjaan mereka karena pendapatan yang fluktuatif. Ketidakpastian tersebut menciptakan ketidakstabilan ekonomi pada tingkat individu, yang pada akhirnya dapat berdampak pada ekosistem bisnis Go-Jek secara keseluruhan.

Penelitian (Damayanti, 2021) menyatakan kondisi ekonomi yang tidak stabil di Indonesia turut berkontribusi pada menurunnya daya beli masyarakat. Dalam situasi di mana harga kebutuhan pokok meningkat, masyarakat cenderung memprioritaskan pengeluaran untuk kebutuhan esensial, sehingga mengurangi pengeluaran untuk layanan transportasi online. Konsumen mulai mengurangi frekuensi pemesanan layanan Go-Jek, baik untuk transportasi maupun pengantaran makanan. Penurunan daya beli masyarakat ini menjadi tantangan besar bagi model bisnis Go-Jek yang sangat bergantung pada volume transaksi. Dengan basis pengguna yang mulai menurun, pendapatan perusahaan dan mitra pengemudi ikut terdampak. Situasi ini semakin kompleks karena memengaruhi tidak hanya layanan transportasi, tetapi juga layanan lain yang ditawarkan oleh Go-Jek, seperti GoFood dan GoSend.

Hambatan-hambatan ekonomi yang dihadapi Go-Jek tidak hanya berdampak pada mitra pengemudi tetapi juga pada perusahaan secara keseluruhan. Dengan meningkatnya persaingan dan penurunan daya beli masyarakat, Go-Jek harus menghadapi tantangan untuk mempertahankan pangsa pasar dan citra mereknya. Selain itu, tekanan regulasi dan tuntutan dari mitra pengemudi menciptakan kebutuhan untuk menyesuaikan strategi bisnis agar tetap relevan di pasar. Secara internal, hambatan ini juga memengaruhi inovasi dan ekspansi bisnis Go-Jek. Dalam kondisi di mana pendapatan perusahaan tertekan, alokasi dana untuk pengembangan teknologi atau layanan baru menjadi terbatas. Hal ini dapat menghambat pertumbuhan jangka panjang perusahaan dan mengurangi daya saingnya di pasar.

C. Dukungan Pemerintah

Pemerintah Indonesia telah memberikan sejumlah dukungan kepada Gojek dan perusahaan berbasis ekonomi digital lainnya dalam berbagai bentuk. Dukungan ini mencerminkan pengakuan terhadap peran strategis Gojek dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital, menciptakan lapangan kerja, dan memperluas akses terhadap layanan transportasi serta logistik di Indonesia.

Dukungan pemerintah terhadap Go-Jek di Indonesia telah menjadi faktor penting dalam keberhasilan dan keberlanjutan operasional platform ini. Salah satu bentuk dukungan yang signifikan adalah melalui kebijakan yang mendukung industri transportasi online, termasuk ojek online (ojol). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, selama

pandemi COVID-19, pemerintah memberikan bantuan sosial kepada mitra pengemudi Go-Jek, yang membantu mereka bertahan di tengah krisis ekonomi. Survei menunjukkan bahwa 89% mitra pengemudi menerima bantuan sosial dari Go-Jek, dan sebagian juga mendapatkan dukungan dari pemerintah, seperti program Kartu Prakerja yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan dan memberikan insentif finansial bagi pekerja yang terdampak pandemi

Pemerintah Indonesia telah menetapkan agenda besar untuk mendorong transformasi ekonomi digital melalui kebijakan seperti *Making Indonesia 4.0*. Kebijakan ini bertujuan mempercepat digitalisasi sektor industri dan mendorong penggunaan teknologi untuk meningkatkan daya saing nasional. Gojek, sebagai salah satu pemain utama dalam ekonomi digital, mendapat manfaat dari penguatan infrastruktur digital, perluasan jaringan internet, dan pengembangan teknologi yang didukung pemerintah. Dukungan ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, yang memberikan kemudahan bagi perusahaan digital untuk berkembang melalui penyederhanaan birokrasi, insentif pajak, dan dukungan lainnya. Kebijakan ini membantu menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan startup seperti Gojek.

Pemerintah telah merumuskan regulasi untuk mendukung model bisnis ekonomi berbagi (*sharing economy*) yang menjadi dasar operasi Gojek. Salah satu regulasi penting adalah Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 118 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Angkutan Sewa Khusus. Regulasi ini mengatur tarif minimum dan maksimum, kuota kendaraan, standar keselamatan, dan persyaratan operasional lainnya, sehingga memberikan kejelasan hukum bagi mitra pengemudi Gojek. Namun, tantangan tetap ada, seperti keberimbangan antara perlindungan pengemudi dan fleksibilitas model bisnis. Beberapa penelitian, seperti penelitian (Damayanti, 2021) mencatat bahwa regulasi tersebut perlu terus dievaluasi untuk memastikan keberlanjutan model bisnis ini.

Gojek telah menjadi mitra strategis pemerintah dalam mendorong digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui program seperti Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), pemerintah bekerja sama dengan Gojek untuk membantu UMKM beralih ke platform digital. Inisiatif ini mencakup pelatihan digital, pendampingan usaha, dan akses pasar yang difasilitasi oleh ekosistem Gojek. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, program digitalisasi ini berhasil meningkatkan pendapatan UMKM hingga 25% setelah mereka terintegrasi dengan platform digital

seperti Gojek. Dukungan ini juga didukung oleh Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2022 tentang Kebijakan Percepatan Transformasi Digital.

Selama pandemi COVID-19, Gojek berperan penting dalam mendukung program pemulihan ekonomi nasional. Dengan memanfaatkan layanan digital seperti GoPay, Gojek bekerja sama dengan pemerintah untuk menyalurkan bantuan sosial secara efisien kepada masyarakat yang terdampak. Gojek juga menyediakan layanan transportasi gratis untuk mendukung program vaksinasi. Kolaborasi ini mencerminkan sinergi antara sektor swasta dan pemerintah dalam menghadapi krisis nasional. Sebuah studi oleh (Aisyah, 2020) dalam jurnal *Regionomic* menunjukkan bahwa kolaborasi ini menjadi model efektif dalam mempercepat distribusi bantuan sosial di Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan penulis dari beberapa literatur maka penulis menarik Kesimpulan bahwa dari aspek ekonomi dan sosial, studi kelayakan bisnis Go-Jek menunjukkan bahwa platform ini memiliki dampak positif yang signifikan terhadap masyarakat Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan UMKM, dan memberdayakan kelompok tertentu, seperti perempuan. Ekosistem Go-Jek telah membuktikan kontribusinya terhadap perekonomian nasional, dengan sumbangan ekonomi yang besar dan peningkatan penghasilan bagi mitra pengemudi serta pelaku UMKM. Namun, tantangan seperti ketidakpastian pendapatan mitra, persaingan dengan sektor transportasi tradisional, serta dampak dari fluktuasi daya beli masyarakat menunjukkan adanya risiko yang memengaruhi keberlanjutan bisnis. Dengan dukungan pemerintah yang terus mendorong digitalisasi dan regulasi yang adil, model bisnis Go-Jek memiliki potensi untuk terus berkembang sambil memberikan dampak sosial-ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Bagi UMKM Serta Strategi E-Marketing UMKM di Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 9(2), 1–69. [http://repository.uinsu.ac.id/10168/1/LAPORAN PENELITIAN - SITI AISYAH, M.M.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/10168/1/LAPORAN%20PENELITIAN%20-%20SITI%20AISYAH,%20M.M.pdf)
- Bahasoan, A. N., S Qamariah, N., Rahmat, A., Listiawati, N., & B, I. (2024). Transformasi Sosial dan Ekonomi: Dampak Go-Jek dan Grab di Indonesia. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(4), 1557–1569.

- Damayanti, N. (2021). Strategi Bertahan Pengemudi Ojol di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Makassar. *Emik*, 4(1), 70–83. <https://doi.org/10.46918/emik.v4i1.853>
- Ermawati, S., & Lestari, P. (2022). Pengaruh Startup Sebagai Digitalisasi Bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 221–228. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.186>
- Herman, H., & Naruliza, E. (2018). Pengaruh Strategi Sponsorship Pt.Gojek Indonesia Di Liga 1 Indonesia Terhadap Keputusan Pemesanan Go-Jek Di Kota Palembang. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 14(2), 152–164. <https://doi.org/10.35449/jemasi.v14i2.25>
- Iwen Suseno, Siti Heidi Karmela, F. Y. (2024). Kehidupan Ekonomi Driver Gojek di Kota Jambi. *Istoria: Jurnal Prodi Pendidikan Sejarah Universitas Batanghari*, 15(1), 37–48. <http://istoria.unbari.ac.id/index.php/OJSISTORIA/article/download/203/146>
- Langging, H. Y., Handayani, A. T., & Anggorowati, V. D. A. (2020). Analisis Tingkat Kelayakan Layanan Transportasi Online Khususnya Go-Ride Di Kotamadya Yogyakarta. *Equilib*, 01(02), 99–106. <https://journal.itny.ac.id/index.php/equilib/article/view/1934>
- Nara Weking, A., & Ndala, S. (2018). Analisis Implementasi Model Bisnis On Demand Service Mobile Platform Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Gojek Di Indonesia. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, 3(3), 367–370. <https://doi.org/10.30591/jpit.v3i3.1021>
- Primawati, A. M. (2020). Dampak Go-Jek Terhadap Perekonomian Masyarakat Kota Kediri. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 2507(February), 1–9. https://repository.unpkediri.ac.id/1748/3/RAMA_61201_16102020065_0722108505_0706108902_01_front_ref.pdf
- Suryatama, F., Ayu, P. D., & Rohmah, H. (2023). FAKTOR PENGHAMBAT PELAYANAN PRIMA DRIVER GOJEK (Studi kasus di Komunitas Driver Gojek GePeng Ungaran Kabupaten Semarang). *BISECER (Business Economic Entrepreneurship)*, 6(2), 177. <https://doi.org/10.61689/bisecer.v6i2.455>
- Yunus, M. (2017). Go-Jek Sebagai Simbol Perubahan Sosial dan Ekonomi di Kota Tegal. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 2(2). <https://core.ac.uk/download/pdf/234023920.pdf>