



Strategi Blue Bird dalam Menghadapi Disrupsi Ride-Hailing di Indonesia

Adinda Nabila Fajar^{1*}, Erwin Permana², Muhammad Rubiul Yatim³

¹ Politeknik Negeri Jakarta, Indonesia

^{2,3} Universitas Pancasila, Indonesia

Alamat: Jl. Prof. Dr. G.A. Siwabessy, Kukusan, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16425

Korespondensi penulis: adinda.nabila.fajar.an22@mhsw.pnj.ac.id

Abstract. *The development of the digital ecosystem has disrupted the transportation sector. Traditional transportation businesses have shifted to online transportation. This study aims to analyze Blue Bird's strategy in facing the ride-hailing disruption in Indonesia. The research was conducted using a descriptive qualitative approach. The data was sourced from digital searches and observations. The results show that the digital transformation implemented by PT Blue Bird Tbk has improved operational efficiency and competitiveness in the highly competitive transportation market. The My Blue Bird application, with real-time tracking and cashless payment features, has streamlined the booking process and strengthened customer loyalty. The data indicates an increase in app usage and a reduction in operational costs, supporting the effectiveness of the company's digital strategy. Strategic collaboration with ride-hailing platforms has also significantly contributed to market expansion and increased fleet occupancy. The success of this strategy is reflected in the rise in booking volume and overall customer satisfaction. As a further step that has not been fully implemented, it is recommended that Blue Bird explore the application of AI-based predictive models to optimize fleet scheduling and route dynamics. The use of this technology can provide more accurate demand forecasts and support strategic decision-making in resource allocation. Additionally, the development of a customer feedback system integrated with digital analytics will allow the company to respond to consumer trends and preferences more effectively. These measures, supported by enhanced digital infrastructure and cross-sector collaboration, are expected to further boost Blue Bird's efficiency and growth in the digital disruption era.*

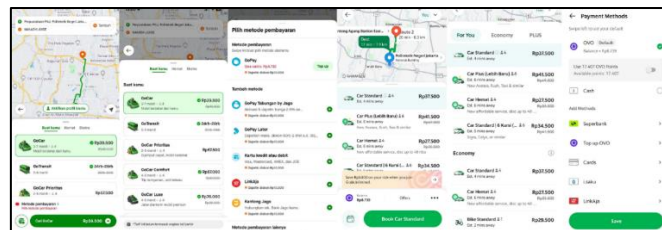
Keywords: Blue Bird, Digital, Disruption, Indonesia, Ride-Hailing

Abstrak. Perkembangan ekosistem digital telah mengakibatkan disrupsi sektor transportasi. Bisnis transportasi tradisional beralih ke transportasi online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Blue Bird dalam menghadapi disrupsi ride hiling di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data penelitian bersumber dari hasil penelusuran dan observasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital yang dijalankan oleh PT Blue Bird Tbk telah meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing di pasar transportasi yang kompetitif. Aplikasi My Blue Bird, dengan fitur pelacakan *real-time* dan pembayaran non-tunai, telah merampingkan proses pemesanan dan memperkuat loyalitas pelanggan. Data menunjukkan peningkatan penggunaan aplikasi dan penurunan biaya operasional, yang mendukung efektivitas strategi digital perusahaan. Kolaborasi strategis dengan platform ride-hailing juga telah memberikan kontribusi signifikan terhadap perluasan jangkauan pasar dan peningkatan okupansi armada. Keberhasilan strategi ini tercermin dari peningkatan volume pemesanan dan peningkatan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Sebagai langkah lanjutan yang belum diimplementasikan secara menyeluruh, disarankan agar Blue Bird mengeksplorasi penerapan model prediktif berbasis AI untuk mengoptimalkan penjadwalan armada dan dinamika rute. Penggunaan teknologi ini dapat memberikan prediksi permintaan yang lebih akurat dan mendukung keputusan strategis dalam alokasi sumber daya. Selain itu, pengembangan sistem feedback pelanggan yang terintegrasi dengan analitik digital akan memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan layanan secara responsif terhadap tren dan preferensi konsumen. Langkah-langkah tersebut, jika didukung oleh peningkatan infrastruktur digital dan kerjasama lintas sektor, diyakini akan lebih meningkatkan efisiensi dan pertumbuhan Blue Bird di era disrupsi digital.

Kata kunci: Blue Bird, Digital, Disrupsi, Indonesia, Ride-Hailing

1. LATAR BELAKANG

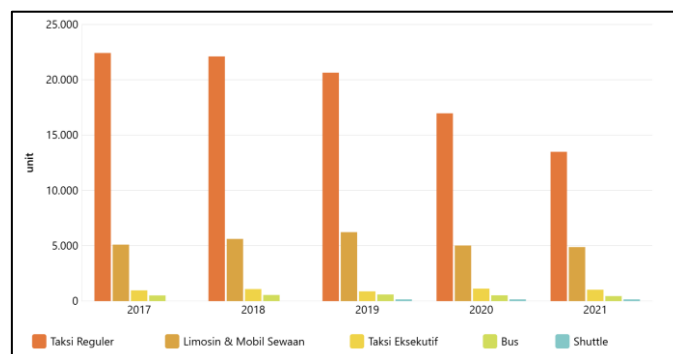
Perkembangan teknologi digital dalam sepuluh tahun terakhir telah mengubah sektor transportasi Indonesia secara dramatis. Inovasi digital membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses dan menggunakan layanan transportasi, terutama melalui munculnya *platform ride-hailing*. Layanan seperti Gojek dan Grab menawarkan kemudahan akses, fleksibilitas harga, serta metode pembayaran yang lebih efisien melalui aplikasi *mobile*. Transformasi ini tidak hanya mengubah perilaku konsumen, tetapi juga memaksa pelaku industri tradisional untuk melakukan penyesuaian strategis guna bertahan dalam persaingan.



Gambar 1. Layanan Aplikasi Gojek dan Grab

Sumber: Platform Gojek dan Grab, 2025

Kehadiran perusahaan *ride-hailing* telah menggeser paradigma layanan transportasi yang selama ini didominasi oleh bisnis taksi konvensional. Perusahaan *ride-hailing* mengoptimalkan teknologi digital untuk memberikan pengalaman pemesanan yang lebih cepat dan praktis, sehingga menarik minat masyarakat yang semakin mengutamakan kecepatan dan efisiensi. Hal ini menyebabkan penurunan signifikan dalam permintaan layanan taksi tradisional yang selama ini menjadi andalan PT Blue Bird Tbk. Perubahan preferensi pelanggan ini menimbulkan tekanan besar bagi perusahaan taksi konvensional dalam mempertahankan pangsa pasar mereka.



Gambar 2. Statistik Penurunan Armada PT Blue Bird Tbk. Imbas Penurunan Permintaan Layanan Taksi

Sumber: Databoks Jumlah Armada Blue Bird, 2022

Sebagai salah satu penyedia layanan taksi terbesar di Indonesia, Blue Bird menghadapi tantangan berat untuk tetap relevan di era digital. Untuk mengantisipasi disrupsi, Blue Bird harus mengadopsi strategi inovatif yang mencakup digitalisasi layanan, diversifikasi produk, dan kolaborasi strategis dengan perusahaan *ride-hailing*. Inovasi tersebut dirancang untuk meningkatkan daya saing dan menarik kembali pelanggan yang beralih ke layanan berbasis aplikasi. Transformasi strategi ini menjadi kunci bagi perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya di pasar transportasi yang semakin kompetitif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari strategi adaptasi yang diterapkan oleh Blue Bird dalam mengatasi disrupsi yang ditimbulkan oleh layanan *ride-hailing*. Penelitian ini mengkaji bagaimana perusahaan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasionalnya dan melakukan diversifikasi layanan guna meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pelaku industri transportasi lainnya dalam menghadapi perubahan teknologi yang cepat. Hasil studi ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan konvensional yang tengah mencari solusi inovatif untuk mengatasi tantangan era digital, Sonia & Riofita, 2024.

2. KAJIAN TEORITIS

Disrupsi Teknologi dan Transformasi Industri Transportasi

Disrupsi teknologi merujuk pada perubahan signifikan dalam suatu industri akibat munculnya inovasi baru yang lebih efisien dan kompetitif dibandingkan dengan model bisnis yang telah ada. Inovasi disruptif ini sering kali menggantikan produk atau layanan lama dengan alternatif yang lebih murah, cepat, dan mudah diakses. Dalam industri transportasi, disrupsi terjadi dengan kehadiran layanan *ride-hailing* yang berbasis aplikasi, yang mengubah cara konsumen mengakses layanan transportasi, Aziah & Adawia, 2018.

Di Indonesia, fenomena ini terjadi sejak kemunculan Gojek dan Grab yang menawarkan model bisnis berbasis ekonomi berbagi (*sharing economy*). Platform *ride-hailing* memungkinkan pengemudi untuk bekerja secara fleksibel tanpa harus terikat dengan perusahaan transportasi tradisional, sehingga menciptakan efisiensi operasional yang lebih tinggi dibandingkan taksi konvensional, Aziah & Adawia, 2018. Dampaknya, perusahaan taksi konvensional mengalami penurunan jumlah penumpang dan berkurangnya tingkat okupansi kendaraan.

Untuk mengatasi disrupsi, perusahaan *incumbent* harus mengadopsi strategi yang adaptif, seperti digitalisasi layanan, peningkatan kualitas layanan, serta inovasi dalam model bisnis. Menurut teori inovasi disruptif, perusahaan yang berhasil bertahan dalam kondisi ini adalah mereka yang mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi tanpa kehilangan identitas dan nilai tambahnya bagi pelanggan, Arwani et al., 2022.

Strategi Adaptasi dalam Menghadapi Disrupsi Ride-Hailing

Strategi adaptasi merupakan langkah yang diambil oleh perusahaan dalam menanggapi perubahan yang terjadi di industrinya agar tetap relevan dan kompetitif, Ernawati & Lutfi, 2022. Dalam konteks transportasi, strategi adaptasi dapat berupa integrasi teknologi digital, peningkatan efisiensi operasional, serta kolaborasi dengan platform ride-hailing untuk memperluas pangsa pasar. Blue Bird, sebagai salah satu perusahaan transportasi terbesar di Indonesia, menerapkan berbagai strategi adaptasi agar dapat bertahan di tengah persaingan dengan layanan ride-hailing.

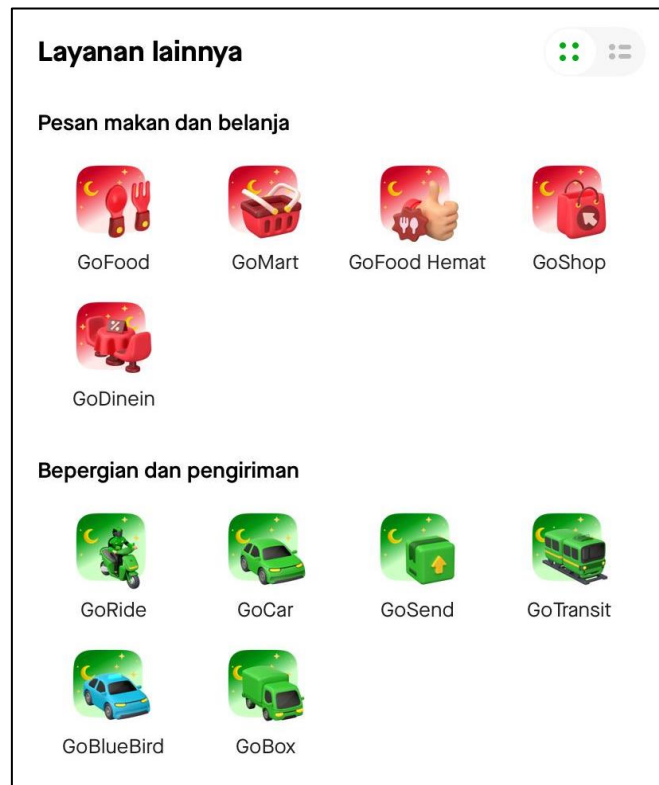
Salah satu langkah yang diambil Blue Bird adalah pengembangan teknologi digital melalui aplikasi *My Blue Bird*. Aplikasi ini memungkinkan pelanggan memesan taksi dengan cara yang lebih praktis, serupa dengan layanan *ride-hailing* lainnya. Selain itu, Blue Bird juga mengintegrasikan metode pembayaran digital untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan transaksi. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan menarik kembali pelanggan yang telah beralih ke layanan *ride-hailing*, Sonia & Riofita, 2024.

Selain inovasi teknologi, diversifikasi layanan menjadi strategi lain yang diterapkan oleh Blue Bird. Perusahaan memperkenalkan layanan taksi premium Silver Bird serta armada kendaraan listrik e-Blue Bird sebagai upaya untuk menjangkau segmen pelanggan yang lebih luas. Diversifikasi ini tidak hanya membantu meningkatkan pendapatan perusahaan, tetapi juga menunjukkan komitmen Blue Bird dalam mendukung keberlanjutan lingkungan dengan mengurangi emisi karbon dari armadanya, Oktavia et al., 2019.

Studi Kasus Blue Bird dalam Menghadapi Disrupsi

Studi kasus Blue Bird menunjukkan bagaimana perusahaan *incumbent* dapat bertahan dalam menghadapi disrupsi teknologi dengan strategi yang tepat, Wahyuningtyas, 2019. Salah satu langkah strategis Blue Bird adalah bermitra dengan Gojek melalui layanan Go-Blue Bird. Kemitraan ini memungkinkan pelanggan memesan taksi Blue Bird langsung

dari aplikasi Gojek, yang memperluas aksesibilitas layanan Blue Bird sekaligus mengurangi dampak negatif dari persaingan langsung dengan *ride-hailing*.



Gambar 3. Layanan Go-BlueBird pada Gojek

Sumber: Platform Gojek, 2025

Selain itu, Blue Bird berupaya mempertahankan keunggulan kompetitifnya melalui peningkatan kualitas layanan. Program pelatihan intensif bagi pengemudi dilakukan untuk meningkatkan standar pelayanan, sementara peremajaan armada dilakukan agar kendaraan tetap dalam kondisi optimal. Dengan kombinasi inovasi teknologi, diversifikasi layanan, dan peningkatan kualitas operasional, Blue Bird mampu mempertahankan posisinya di industri transportasi yang semakin kompetitif, Sonia & Riofita, 2024.

Hasil dari strategi adaptasi yang diterapkan Blue Bird menunjukkan bahwa perusahaan incumbent tidak harus selalu kalah dalam menghadapi disrupsi teknologi, Arwani et al., 2022. Dengan pendekatan yang tepat, perusahaan dapat tetap bersaing bahkan di tengah perubahan industri yang sangat cepat. Studi ini memberikan wawasan bagi perusahaan lain dalam menghadapi tantangan disrupsi teknologi di sektor mereka masing-masing.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang berfokus pada analisis mendalam terhadap literatur yang relevan dengan topik disrupsi *ride-hailing* pada layanan Blue Bird. Data dikumpulkan melalui penelusuran berbagai pangkalan data digital, seperti Google Scholar, ProQuest, dan repository jurnal universitas, untuk mendapatkan artikel, buku digital, serta dokumen terpublikasi yang kredibel. Studi literatur ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi tren, pola, dan gap dalam penelitian terdahulu sehingga dapat memberikan dasar teoretis yang kuat. Menurut Sugiyono (2019), inti dari penelitian kualitatif deskriptif adalah melakukan analisis sistematis terhadap data yang telah ada untuk memahami fenomena secara holistik.

Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena metode ini mampu mendeskripsikan fenomena secara rinci dalam konteks yang kompleks tanpa bergantung pada data numerik. Metode ini tidak hanya mengumpulkan data, tetapi juga menganalisis dan menginterpretasikan makna yang terkandung di dalamnya melalui proses kategorisasi. Proses analisis data dilakukan dengan menyaring informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, kemudian mengelompokkan data berdasarkan tema-tema yang muncul untuk mendapatkan kesimpulan yang mendalam, Yusuf, 2017. Dengan demikian, pendekatan ini memberikan fleksibilitas bagi peneliti dalam menguraikan keterkaitan antar variabel yang muncul dari studi literatur.

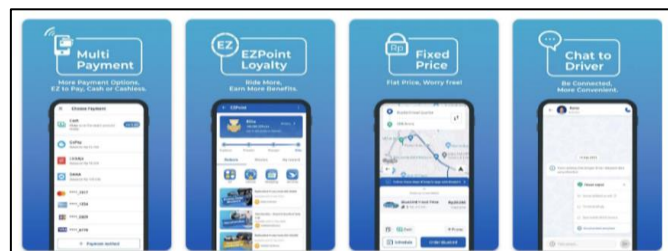
Keunggulan penelitian kualitatif berbasis literatur terletak pada kemampuannya untuk menyintesis informasi dari berbagai sumber yang beragam dan menghasilkan gambaran komprehensif tentang fenomena yang diteliti. Ketersediaan sumber digital yang melimpah memungkinkan peneliti untuk mengakses data yang terkini dan relevan, sehingga hasil penelitian dapat mencerminkan kondisi terbaru di lapangan. Validitas data dijaga dengan melakukan penilaian kritis terhadap setiap sumber yang digunakan, serta melakukan triangulasi informasi untuk memastikan keabsahan data yang dikumpulkan. Prinsip triangulasi ini merupakan salah satu landasan metodologis dalam penelitian kualitatif untuk meningkatkan kredibilitas hasil penelitian, Fadly & Utama, 2020.

Teori metodologis juga mendukung metodologi penelitian ini, yang menekankan pemahaman mendalam fenomena dan konteks sosial. Creswell & Creswell, 2018 mengatakan bahwa penelitian kualitatif memungkinkan para peneliti untuk mempelajari dan memahami dunia sosial secara keseluruhan. Metode ini memungkinkan data dievaluasi secara menyeluruh dalam konteksnya. Metode ini tidak hanya memberikan penjelasan tentang data tetapi juga memberikan pemahaman yang mendalam tentang perubahan yang

terjadi di lapangan. Oleh karena itu, metode kualitatif deskriptif yang digunakan dalam studi ini tidak hanya memberikan gambaran menyeluruh tentang strategi Blue Bird, tetapi juga meningkatkan kontribusi pengetahuan untuk mengatasi kemajuan teknologi dalam industri transportasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi digital yang dilakukan oleh PT Blue Bird Tbk telah berdampak terhadap peningkatan efisiensi operasional dan interaksi pelanggan. Peluncuran aplikasi My Blue Bird memungkinkan konsumen untuk melakukan pemesanan secara online dengan mudah dan cepat, sehingga mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan transparansi tarif. Integrasi teknologi seperti *Internet of Things* (IoT) dan sistem pembayaran non-tunai juga telah memfasilitasi monitoring armada secara *real-time*, sehingga kualitas layanan dapat dijaga secara konsisten. Temuan dari Laporan Tahunan dan Keberlanjutan 2023 menunjukkan bahwa inovasi digital ini berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas pasar, Sonia & Riofita, 2024.

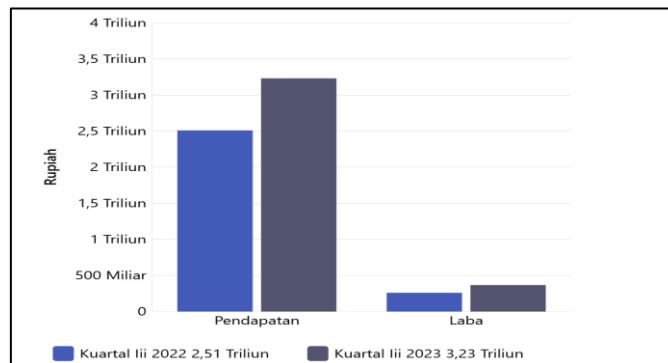


Gambar 4. Aplikasi My BlueBird

Sumber: Google PlayStore Tentang Aplikasi My Blue Bird, 2025

Menurut penelitian Silalahi et al., 2017, transformasi digital menjadi langkah yang tak terelakkan bagi perusahaan transportasi konvensional untuk dapat bertahan di era digital. Blue Bird merespons dengan mengembangkan ekosistem digital melalui aplikasi My BlueBird yang diluncurkan pada tahun 2018, sebagai bagian dari strategi adaptasi terhadap persaingan dengan perusahaan ride-hailing seperti Gojek dan Grab. Aplikasi ini tidak hanya memfasilitasi pemesanan taksi secara online tetapi juga mengintegrasikan sistem pembayaran digital dan fitur pelacakan lokasi pengemudi secara real-time, yang menjadi fitur standar di aplikasi ride-hailing, Qonita et al., 2023. Pengembangan aplikasi My BlueBird merupakan implementasi dari strategi "diginovasi" yang menggabungkan digitalisasi dengan inovasi bisnis untuk menciptakan proposisi nilai baru bagi konsumen. Data menunjukkan bahwa sejak peluncuran aplikasi tersebut, Blue Bird berhasil menaikkan laba hingga 40% serta meraih Kembali pangsa pasar yang sebelumnya beralih ke layanan

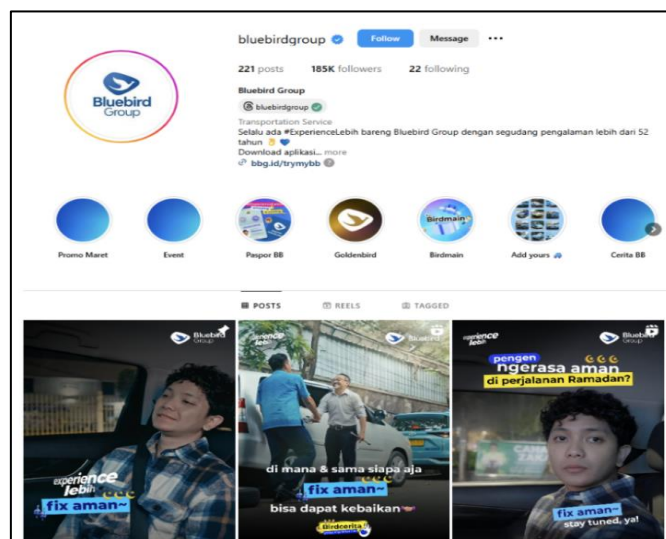
ride-hailing. Keberhasilan ini tidak lepas dari keputusan strategis perusahaan untuk mengadopsi teknologi yang sebelumnya menjadi keunggulan kompetitif pesaing mereka.



Gambar 5. Data Kenaikan Laba Blue Bird

Sumber: Databoks, 2023

Pengembangan aplikasi bukanlah satu-satunya fokus strategi pemasaran digital Blue Bird. Blue Bird juga berfokus pada usaha peningkatan reputasi merek melalui promosi yang terintegrasi. Dengan menekankan ketepatan waktu, kebersihan kendaraan, dan profesionalisme pengemudi, Blue Bird menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Penggunaan media sosial dan iklan digital menjadi komponen penting dalam menyampaikan nilai tambah layanan kepada pelanggan, sehingga memungkinkan untuk menarik segmen pasar yang lebih besar. Strategi ini didukung oleh analisis yang menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital secara aktif meningkatkan persepsi positif terhadap merek dan memperkuat posisi perusahaan di pasar.



Gambar 6. Media Sosial Blue Bird

Sumber: Platform Instagram Blue Bird, 2025

Dalam menghadapi persaingan dari layanan *ride-hailing*, Blue Bird juga mengimplementasikan strategi kolaborasi sebagai salah satu kunci adaptasi. Melalui kemitraan dengan platform seperti Gojek dalam program Go-Blue Bird, perusahaan dapat memperluas jangkauan layanannya dengan memanfaatkan basis pengguna aplikasi *ride-hailing* yang telah besar. Langkah kolaboratif ini terbukti efektif dalam meningkatkan okupansi armada serta mengoptimalkan distribusi layanan di area-area strategis. Data yang diperoleh mengindikasikan bahwa integrasi dengan ekosistem digital eksternal membantu Blue Bird mereduksi dampak negatif disrupsi terhadap pendapatan perusahaan, Permana et al., 2022.

Diversifikasi layanan merupakan aspek lain yang menjadi fokus utama dalam strategi inovasi Blue Bird. Perusahaan tidak hanya mengandalkan layanan taksi konvensional, tetapi juga mengembangkan segmen premium melalui layanan seperti Silver Bird dan armada kendaraan listrik e-Bluebird. Pendekatan ini tidak hanya menjawab tuntutan konsumen yang semakin menuntut layanan berkualitas tinggi, tetapi juga mendukung upaya keberlanjutan lingkungan dengan mengurangi emisi karbon. Hasil analisis menunjukkan bahwa diversifikasi produk berhasil menarik pelanggan dari berbagai segmen, serta memberikan kontribusi positif terhadap kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan, Armiani et al., 2024.

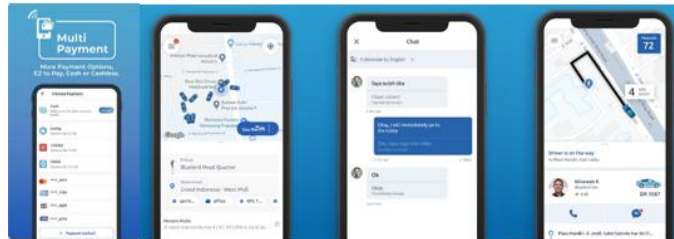


Gambar 7. Armada E-Bluebird dan Silverbird

Sumber: Platform Instagram Blue Bird, 2024

Dengan demikian, gabungan strategi digitalisasi, kolaborasi strategis, dan diversifikasi layanan yang diterapkan oleh Blue Bird telah menghasilkan peningkatan yang signifikan dalam aspek operasional dan pemasaran. Inovasi tersebut memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan posisinya di tengah persaingan yang ketat dari layanan *ride-hailing* dan adaptasi terhadap perubahan preferensi konsumen di era digital. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa perusahaan tradisional di sektor transportasi dapat tetap

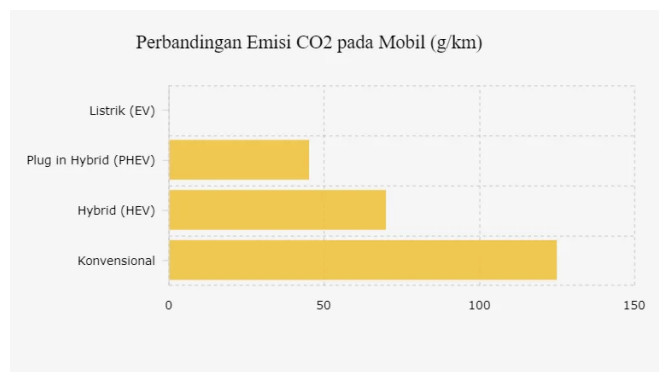
relevan dan berkembang jika mampu mengintegrasikan teknologi modern dan menerapkan strategi pemasaran yang adaptif. Langkah-langkah inovatif ini menjadi contoh bagi pelaku industri lain yang menghadapi disrupsi digital dalam upaya untuk menjaga daya saing dan meningkatkan pertumbuhan bisnis.



Gambar 8. Aplikasi My BlueBird

Sumber: Google PlayStore Tentang Aplikasi My Blue Bird, 2025

Strategi diversifikasi layanan melalui pengembangan produk premium dan armada ramah lingkungan menjadi pilar penting dalam adaptasi Blue Bird menghadapi disrupsi. Inovasi ini telah memungkinkan perusahaan untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan mendukung upaya keberlanjutan lingkungan melalui pengurangan emisi karbon.



Gambar 9. Data Perbandingan Emisi CO2 pada Mobil

Sumber: Databoks, 2025

Berdasarkan gambar 9. mobil listrik (EV) memiliki tingkat emisi karbon (CO₂) paling rendah dibandingkan dengan kendaraan lainnya, sedangkan mobil konvensional menghasilkan emisi tertinggi. Dengan mengadopsi armada listrik melalui program E-Bluebird, Blue Bird telah berkontribusi dalam menurunkan emisi karbon secara signifikan. Kehadiran taksi listrik ini mengurangi jejak karbon perusahaan dibandingkan dengan penggunaan kendaraan konvensional atau hybrid. Langkah ini selaras dengan upaya global dalam mengurangi emisi transportasi dan mempercepat transisi menuju ekosistem mobilitas berkelanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Transformasi digital yang dijalankan oleh PT Blue Bird Tbk telah menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing di pasar transportasi yang kompetitif. Aplikasi My Blue Bird, dengan fitur pelacakan *real-time* dan pembayaran non-tunai, telah merampingkan proses pemesanan dan memperkuat loyalitas pelanggan. Data menunjukkan peningkatan penggunaan aplikasi dan penurunan biaya operasional, yang mendukung efektivitas strategi digital perusahaan. Kolaborasi strategis dengan platform ride-hailing juga telah memberikan kontribusi signifikan terhadap perluasan jangkauan pasar dan peningkatan okupansi armada. Keberhasilan strategi ini tercermin dari peningkatan volume pemesanan dan peningkatan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi antara inovasi teknologi dan strategi pemasaran tradisional dapat menghasilkan sinergi yang optimal dalam mempertahankan posisi pasar, Arwani et al., 2022.

Sebagai langkah lanjutan yang belum diimplementasikan secara menyeluruh, disarankan agar Blue Bird mengeksplorasi penerapan model prediktif berbasis AI untuk mengoptimalkan penjadwalan armada dan dinamika rute. Penggunaan teknologi ini dapat memberikan prediksi permintaan yang lebih akurat dan mendukung keputusan strategis dalam alokasi sumber daya. Selain itu, pengembangan sistem feedback pelanggan yang terintegrasi dengan analitik digital akan memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan layanan secara responsif terhadap tren dan preferensi konsumen. Langkah-langkah tersebut, jika didukung oleh peningkatan infrastruktur digital dan kerjasama lintas sektor, diyakini akan lebih meningkatkan efisiensi dan pertumbuhan Blue Bird di era disrupsi digital.

DAFTAR REFERENSI

- Armiani, F., Akmalia, P., Mahardika, R., & Permana, E. (2024). Strategi Pemasaran Digital Produk Scarlett Whitening dalam Meningkatkan Penjualan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1540–1548. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.762>
- Arwani, A., Permana, R., Wijaya, I. S., Zufar, M., & Shiddiq, A. (2022). Analisis Strategi Dan Inovasi Bluebird Dalam Menghadapi Era Taksi Online. *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*, 1(2), 78–88.
- Aziah, A., & Adawia, P. R. (2018). Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 191–198. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i2.107>

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Fifth Edition Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Oktavia, P. F. S., Wulandari, S., & Rendra, M. (2019). Perancangan Kebutuhan Layanan pada Mobile Application My Blue Bird Menggunakan Integrasi Metode E-Service Quality dan Model Kano. *E-Proceeding of Engineering*, 6(2), 6779–6786. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.19370.98243>
- Silalahi, S. L. B., Handayani, P. W., & Munajat, Q. (2017). Service quality analysis for online transportation services: Case study of GO-JEK. *Procedia Computer Science*, 124, 4870495. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.181>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Kencana.