

GOTO SUPER EKOSISTEM, MEMBANGUN FONDASI DIGITAL EKONOMI BANGSA



Oleh: Hadi Kuncoro

Group CEO at PowerCommerce.Asia - The Power Group Indonesia

Pada paruh pertama tahun 2021, tepatnya bulan Mei, lahirlah perusahaan GoTo yang merupakan gabungan dari dua raksasa digital start-up Indonesia dengan level Unicorn (Tokopedia) dan Decacorn (Gojek, termasuk Gopay).

Berdasarkan pernyataan misi teknologi yang dikeluarkan oleh eksekutif GoTo pada saat merger, aksi korporasi adalah setiap hari semua aplikasi terintegrasi secara mendalam ke dalam kehidupan konsumen. Artinya, GoTo sebagai aplikasi akan menjadi aplikasi yang terhubung dengan kehidupan sehari-hari orang-orang mulai dari bangun hingga tidur bahkan fitur kesehatan GoTo akan digunakan oleh pengguna bahkan saat mereka tidur.

Kemudian melihat misi bisnis goto sebagai platform konsumen digital terbesar untuk menangkap sebagian besar pengeluaran rumah tangga konsumen. Artinya, GoTo memiliki misi untuk mendominasi konsumsi rumah tangga Indonesia di seluruh lini bisnisnya.

Secara teknis menggabungkan kedua super aplikasi ini akan sangat sulit dalam rangka menggabungkan dua aplikasi menjadi satu aplikasi, namun GoTo mengintegrasikan dua aplikasi super ini melalui aplikasi *financial technology* (Gopay atau sekarang GoTo Financial) dan aplikasi logistik sebagai *tools* dan integrator dari keduanya. Saat ini kerja sama bisnis dan integrasi sistem dimulai dengan integrasi pembayaran. Tokopedia menggabungkan Gopay sebagai alat pembayaran dan layanan logistik Gojek, Gojek Instan dan Gosend sebagai salah satu layanan pengiriman barang untuk Tokopedia.

Berdasarkan data yang dipublikasikan, Grup GoTo menghasilkan lebih dari 1,8 miliar transaksi pada tahun 2020 dengan total nilai transaksi bruto (GTV) lebih dari USD 22 miliar atau setara dengan Rp 315 triliun. Angka ini diduga setara dengan 2% dari pendapatan domestik bruto (PDB) rakyat Indonesia, senilai Rp 15.434,2 triliun pada tahun 2021.

Beberapa waktu terakhir ini GoTo memasuki tahap persiapan proses Initial Public Offering (IPO) yang disinyalir kemungkinan akan di lakukan pada akhir tahun ini atau awal tahun 2022. Namun, sebelum proses IPO terjadi GoTo sudah memulai proses penggalangan dana senilai \$ 1 miliar hingga \$ 2 miliar dengan penilaian valuasi diangka \$ 25 miliar hingga \$ 30 miliar. Pada Bulan Oktober 2021 GoTo Group telah menandatangani perjanjian dengan anak usaha Abu Dhabi Investment Authority (ADIA), yang menjadikan ADIA memimpin penggalangan dana pra-IPO GoTo dengan investasi sebesar US\$ 400 juta atau setara dengan Rp 5,7 triliun (kurs Rp 14.300/US\$).

ARTIKEL

Transaksi tersebut menjadi investasi pertama oleh Departemen Private Equities ADIA ke dalam perusahaan teknologi Asia Tenggara, dan sekaligus investasi terbesarnya di Indonesia.

Investasi Pra-IPO ini menandakan sebuah indikasi baik bagi GoTo bahwa potensi yang kuat dari pertumbuhan digital ekonomi di masa yang akan datang di wilayah regional ASEAN, terutama di Indonesia menjadi kunci dorongan ketertarikan investor-investor dunia masuk dan menanamkan investasinya di perusahaan-perusahaan start up digital di Indonesia. Namun apakah keyakinan ini pun sama dirasakan dan diyakini oleh para investor di pasar bursa saham Ketika GoTo menjalankan proses IPO nanti? setelah pengalaman sebelumnya proses IPO salah satu perusahaan start up unicorn melantai di bursa saham Indonesia.

Berdasarkan data KSEI per tanggal 30 September 2021, jumlah investor pasar modal Indonesia telah mencapai lebih dari 6.287.350 *Single Identification Number* (SID), termasuk di dalamnya adalah 2,9 juta SID saham. Dari keseluruhan investor pasar modal, 80 persen merupakan investor muda berusia di bawah 40 tahun.

GoTo sebagai perusahaan teknologi adalah bukan sebatas perusahaan yang mengandalkan *feature-feature* aplikasi super teknologi, namun sebuah perusahaan yang sedang membangun fondasi super ekosistem yang terintegrasi dan yang mana hal tersebut akan menjadi bagian dari investasi dasar pembangunan digital ekonomi Indonesia. Selain kapabilitas integrasi ekosistem digitalnya, GoTo sebagai Group telah membangun infrastruktur fisik sebagai upaya menjaga pertumbuhan bisnis secara sehat dan berkesinambungan dalam jangka panjang.

Secara prinsip ada lima pilar digital ekonomi sebuah bangsa, yaitu:

1. Pilar pertama adalah platform pasar dan perdagangan: GoTo adalah gabungan 2 champion platform ecommerce terbesar di Indonesia: Tokopedia dan Gojek Group – Mulai dari Go Food, Go Mart, Go Toko dan ecommerce platform lainnya yang dimiliki Gojek;
2. Pilar kedua adalah *payment* atau *financial technology*: GoTo memiliki kekuatan ekosistem financial (GoTo Financial) yang menyeluruh dari Payment gateway (Midtrans), e-wallet & fintech products (GoPay) – POS cashier machine (Moka) hingga infrastruktur Perbankan – Bank Jago;
3. Pilar ketiga adalah logistik: GoTo memiliki infrastruktur fisik dan layanan logistics mulai dari sejak fulfilment pergudangan hingga multi type layanan transportasi (Multi moda) baik yang instant maupun yang kurir express dan land transportasi;
4. Pilar keempat adalah konten dan media: GoTo berkembang bukan sebatas ecommerce platform namun sudah menjadi sebuah platform mesin pencarian dan content creator live streaming penjualan (Tokopedia play dan GoPlay);

ARTIKEL

5. Pilar kelima adalah produk: Kolaborasi penguatan dan pemberdayaan bersama GoTo dengan para brand owners dan UKM Indonesia akan menjadi kunci strategis keberhasilan kekuatan digital ekonomi Bangsa Indonesia masa depan.

Menilik kekuatan super ekosistem (5 pilar) dengan seluruh layanan kebutuhan masyarakat dengan system teknologi platform, infrastruktur fisik, Big data dan Sumber daya manusia yang dimiliki oleh GoTo Group, maka pertumbuhan pemakaian super aplikasi GoTo oleh para user di Indonesia akan semakin bertumbuh dan meningkatkan penetrasi akuisisi users dengan sangat luas dan cepat.

Saat ini tercatat lebih dari 2 juta driver, 11 juta UMKM penjual (merchant), lebih dari 100 juta pengguna aktif dan 2% contributor GDP ekonomi Indonesia adalah sebuah fundamental bisnis yang sangat kuat dan sehat bagi perusahaan. Besarnya postensi monitisasi akan menciptakan GoTo bukan hanya sebagai perusahaan start up digital dengan valuasi yang sangat besar namun juga menjadi perusahaan yang sangat sehat dalam profitabilitas dalam jangka panjang di masa depan.

Beberapa penelitian telah dilakukan oleh Lembaga-lembaga riset baik akademis dan professional consulting terkait dengan tema bagaimana peran GoTo sebagai super ekosistem telah berkontribusi secara fundamental pada masyarakat dan ekonomi digital bangsa. Ada dua hasil penelitian LDUI (Lembaga Demografi FEB Universitas Indonesia), pertama terkait survey berjudul “Kontribusi ekosistem Gojek dalam Rangka Mendukung Pemulihan Ekonomi Nasional Selama Masa Pandemi 2020 – 2021”.

Penelitian ini menghasilkan temuan yang sangat luar biasa bagaimana peran ekosistem Gojek berkontribusi pada pemulihan ekonomi para mitra driver, UMKM dan masyarakat. Dalam kesimpulannya laporan ini menyatakan bahwa ekosistem Gojek mendukung pemulihan ekonomi melalui peningkatan pendapatan Mitra Gojek sebesar Rp 66 triliun dimana Mitra UMKM GoFood rata-rata naik 66% di tahun 2021 dibandingkan tahun 2020. Mitra driver GoCar dan GoRide mengalami peningkatan pendapatan sebesar 24% dan 18%.

Mayoritas (>80%) konsumen Gojek tergolong loyal karena sering/selalu menggunakan aplikasi Gojek saja (tidak menggunakan aplikasi lain), dan akan terus menggunakannya walau tanpa promosi atau diskon. Konsumen membelanjakan lebih dari 1/4 pendapatan bulannya di dalam ekosistem Gojek. Dan pada akhirnya Mitra UMKM dan mitra driver di ekosistem Gojek menyatakan semakin optimis terhadap tren pertumbuhan layanan online setelah pandemi dan ingin terus bermitra dengan Gojek ke depannya.

Penelitian kedua dilakukan Lembaga yang sama terkait dengan “Peran GoTo Financial terhadap Inklusi Keuangan di Indonesia” dengan temuan ekosistem keuangan digital GoTo Financial membantu inklusi keuangan dari konsumen maupun pelaku UMKM, GoTo Financial membantu bantu masyarakat *unbanked* dan *underbanked* akses layanan keuangan formal; 1 dari 4 konsumen yang belum pernah terekspos jasa perbankan sekarang memakai layanan perbankan setelah

ARTIKEL

menggunakan GoPay. GoPay menjadi gerbang pembuka akses keuangan digital; 46% konsumen pertama kali bertransaksi non-tunai dengan GoPay. Sementara dari kacamata UMKM; GoPay menjadi gerbang pembuka akses keuangan digital; 60% UMKM pertama kali bertransaksi non-tunai dengan GoPay. Omzet merchant UMKM GoTo Financial di akhir tahun 2021 diperkirakan akan meningkat 37% atau setara Rp 53,2 triliun dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Penelitian tersebut semakin menguatkan GoTo Sebagai perusahaan teknologi telah berhasil membangun ekosistem digital yang sangat kuat dan solid dan sudah digunakan dalam kehidupan keseharian oleh masyarakat Indonesia. Melihat GoTo sebagai super ekosistem, GoTo memiliki peluang besar dan sangat strategis dalam kontribusi memimpin pembangunan ekonomi digital Bangsa Indonesia.

GoTo memiliki fundamental kekuatan nilai valuasi yang berbeda perhitungannya jika dibandingkan dengan perusahaan konvensional, dimana sebagai perusahaan teknologi kemampuan integrasi pertumbuhan bisnis lintas layanan atau *growth trajectory* adalah kunci bagi keberhasilan perusahaan teknologi yang ingin melakukan penawaran publik di pasar saham. Dan GoTo saat ini telah membuktikan perannya di masyarakat bahwa super ekosistem GoTo memiliki kemampuan mengelaborasi ekosistemnya mulai dari infrastruktur pembayaran, sistem logistik, hingga *marketplace* dan pemberdayaan Mitra dan UMKM yang akan dapat memenangkan kompetisi yang kuat di sektor teknologi di depan.

16 Maret 2022

**Isi artikel merupakan pemikiran penulis dan tidak selalu mencerminkan pemikiran atau pandangan resmi Supply Chain Indonesia.*