



ANALISIS PERKEMBANGAN TOKOPEDIA DAN GOJEK SETELAH MERGER

Jerry, Jovi Ong, Osgood Feriady Darma Saputra,

William Vanders, Adi Neka Fatyandri

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas International Batam

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan Tokopedia dan Gojek pasca merger. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dan studi kasus melalui pengumpulan data dari berbagai sumber. Hasil kajian menunjukkan bahwa merger Tokopedia dan Gojek berdampak positif bagi perkembangan bisnis kedua belah pihak. Mereka telah berhasil menggabungkan sumber daya dan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pelanggan. Namun, ada tantangan seperti persaingan yang ketat dan regulasi yang semakin ketat. Studi tersebut menyimpulkan bahwa merger Tokopedia dan Gojek berpotensi menjadi kekuatan besar dalam industri e-commerce dan layanan on-demand di Indonesia dan luar negeri.

Kata Kunci: Merger, Sumber Daya, Teknologi, Operasional, E-Commerce.

PENDAHULUAN

Merger merupakan proses penggabungan dua perusahaan menjadi satu entitas yang lebih besar. Merger dapat memberikan banyak manfaat dan pengaruh yang lebih baik untuk perusahaan seperti meningkatkan skala ekonomi, diversifikasi produk dan layanan, peningkatan daya saing, akuisisi bakat, dan juga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pesatnya perkembangan industri

teknologi Indonesia telah melahirkan beberapa unicorn atau perusahaan dengan valuasi melebihi US\$1 miliar. Di antara unicorn yang ada, Tokopedia dan Gojek adalah dua perusahaan yang menjadi pionir di bidang *e-commerce* dan *ride-hailing*. Pada tahun 2021, penggabungan kedua perusahaan ini akan menjadi salah satu peristiwa terbesar dalam dunia bisnis Indonesia.

Merger antara Tokopedia dan Gojek membuat perusahaan ini menjadi

unicorn terbesar di asia tenggara karena memiliki valuasi sekitar 18 miliar dolar AS. ini juga meningkatkan daya saing GoTo sehingga GoTo dapat memperluas layanan produknya, memperbesar pangsa pasar, dan meningkatkan efisiensi biaya. Gojek dapat menawarkan layanan *E-commerce* melalui platform tokopedia, sebaliknya Tokopedia menawarkan *ride-hailing* melalui platform Gojek ini membantu perusahaan untuk meningkatkan diversifikasi layanannya. Penetrasi pasar GoTo juga menjadi lebih luas karena penggabungan jaringan pelanggan dari masing-masing perusahaan. Sementara merger telah membawa banyak manfaat bagi kedua perusahaan, integrasi perusahaan memiliki tantangan tersendiri. Integrasi ini membutuhkan kerja keras dan waktu untuk menciptakan sinergi antara dua perusahaan dengan budaya perusahaan yang berbeda.

Merger Gojek dan Tokopedia menghasilkan grup GoTo yang dibidang akan meningkatkan kontribusi terhadap Produk domestik bruto indonesia sebesar 2%. Goto akan membantu masyarakat untuk mengakses produk dengan efektif dan efisien, dikarenakan GoTo telah menyatukan layanan mobilitas, *e-commerce*, dan keuangan ke dalam satu ekosistem. Penggabungan Tokopedia dan Gojek telah memicu banyak pertanyaan dan spekulasi tentang bagaimana kedua perusahaan tersebut akan beroperasi dalam satu kesatuan. Meski merger ini datang di saat yang sulit akibat pandemi Covid-19, diharapkan merger ini membawa keuntungan dan manfaat bagi perusahaan dan konsumen.

Strategi merupakan suatu rencana atau serangkaian tindakan yang dirancang untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan oleh sebuah perusahaan. Menurut Johnson, Scholes, dan Whittington (2006) strategi merupakan rencana yang menentukan

arah dan lingkup suatu organisasi dalam jangka panjang dan memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuan dengan memperhatikan lingkungan eksternal yang ada.

Manajemen Strategis merupakan proses perumusan, implementasi, dan evaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya. Menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen (2011) manajemen strategis merupakan suatu proses yang komprehensif yang dimana melibatkan penetapan tujuan jangka panjang dan tujuan-tujuan yang spesifik serta pengembangan perencanaan strategis dan taktis untuk mencapai tujuan-tujuan itu.

Merger merupakan suatu proses dimana dua atau lebih perusahaan bergabung untuk membentuk menjadi satu perusahaan yang baru dengan tujuan untuk menciptakan sinergi dan keuntungan yang lebih besar. Menurut Richard Whittington (2011) merger adalah proses dimana dua atau lebih perusahaan bergabung untuk membentuk satu perusahaan yang baru dengan tujuan untuk menciptakan sinergi, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan meningkatkan sebuah keuntungan.

Gross Transaction Value atau Nilai Transaksi Kotor adalah jumlah total nilai transaksi yang terjadi pada suatu platform atau sistem pembayaran selama periode waktu tertentu. Menurut McKinsey & Company *GTV* adalah jumlah total nilai transaksi yang terjadi pada platform e-commerce atau pembayaran digital.

Initial Public Offering atau penawaran saham perdana adalah proses dimana sebuah perusahaan yang sebelumnya tidak terdaftar di bursa saham memperoleh modal dengan menjual sahamnya kepada publik untuk pertama kalinya. Menurut John J. Murphy (2009) *IPO* merupakan suatu proses

dimana sebuah perusahaan sebelumnya tidak terdaftar di bursa saham memperoleh modal dengan menjual sahamnya kepada publik untuk pertama kalinya, sehingga saham tersebut dapat diperdagangkan di pasar saham. Dalam *IPO*, perusahaan melakukan penawaran saham perdana dengan menjual sebagian kepemilikan sahamnya kepada publik.

Agile Value atau Nilai-Nilai *Agile* adalah seperangkat prinsip dan nilai-nilai yang digunakan dalam metodologi *agile* untuk mengembangkan *software* atau produk yang lebih responsif, fleksibel, dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan dan lingkungan bisnis yang cepat berubah. Menurut Mike Cohn (2001) *agile value* merupakan seperangkat nilai-nilai seperti kerja sama, komunikasi, dan pengiriman perangkat lunak yang berfungsi dengan cepat, yang diterapkan dalam kerangka metodologi *agile*.

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian merupakan rencana atau strategi yang digunakan untuk mengumpulkan suatu data dan informasi yang diperlukan dalam suatu penelitian. Rancangan penelitian juga mencakup pemilihan sampel, pengumpulan data, analisis data dan interpretasi hasil penelitian. Dalam penelitian ini, kami akan menggunakan metode penelitian kualitatif yang dimana metode ini dapat membantu kami untuk membahas tentang suatu analisis perkembangan perusahaan Tokopedia dan Gojek.

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data dalam suatu penelitian. Metode pengumpulan data dapat berupa observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan sebagainya (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini, metode pengumpulan data yang kami gunakan adalah metode deskriptif, dimana

metode ini dapat membantu kami untuk mengumpulkan data-data dari berbagai referensi yang membahas tentang perkembangan Tokopedia dan Gojek.

Metode analisis data adalah teknik atau cara yang digunakan untuk menganalisis suatu data yang telah dikumpulkan dalam suatu penelitian. Metode analisis data meliputi berbagai teknik seperti analisis statistik, analisis kualitatif, dan sebagainya (Sugiyono, 2016). Metode analisa yang kami gunakan adalah metode kualitatif, dimana dengan kami menggunakan metode kualitatif ini dapat membantu kami dalam proses mengumpulkan data yang akan digunakan dan dikembangkan menjadi sebuah fakta yang dapat diteliti dan dijadikan sebuah referensi sebagai objek penelitian perusahaan Tokopedia dan Gojek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tokopedia dan Gojek resmi merger pada tanggal 17 Mei 2021 dengan nama GoTo. Gojek dan Tokopedia mengambil keputusan untuk merger supaya saling melengkapi untuk membentuk kesatuan. Nama GoTo sendiri berasal dari gabungan antara Gojek dan Tokopedia, selain itu GoTo juga diartikan sebagai gotong royong. CEO Tokopedia, William Tanujaya mengatakan "Gotong royong lah yang mendorong kemajuan bangsa dan semangat persatuan Gojek dan Tokopedia, ". Digitalisasi dan pendampingan teknologi telah memberi harapan bagi UMKM yang hampir hilang akibat pandemi. Salah satu alasan yang dapat disimpulkan dari merger Gojek dan Tokopedia adalah keinginan untuk memberikan dampak sosial yang besar di Indonesia dan mewujudkan pemerataan ekonomi melalui teknologi.

Valuasi yang dimiliki GoTo pada tanggal 31 Mei 2021 mencapai \$18 miliar atau sekitar 257 triliun rupiah. Andre Soelistyo selaku pihak CEO dari GoTo

berharap valuasinya bisa semakin besar mengingat sekarang sedang mempertimbangkan mencatat saham perdana dengan proses IPO. IPO memang menjadi tujuan GoTo untuk mendapatkan pendanaan yang akan memudahkan proses ekspansi nantinya. Selain itu, IPO tersebut menjadi sumber dukungan bagi perusahaan untuk berkembang ke tahap selanjutnya. Tujuan mergernya Gojek dan Tokopedia secara jangka pendek ialah memanfaatkan aset dan infrastruktur yang dimiliki oleh kedua perusahaan.

William Tanuwijaya selaku CEO dari Tokopedia menjelaskan bahwa tujuan merger kedua perusahaan adalah agar dapat memberikan dampak sosial yang lebih besar bagi UMKM di Indonesia. Harapan terbentuknya GoTo agar UMKM dapat mengembangkan bisnisnya dan memberi akses bagi barang dan jasa yang ada di Indonesia. Dalam siaran pers, Kevin Aluwi selaku CEO Gojek menjelaskan bahwa Gojek dan Tokopedia memiliki kesamaan dalam misi, prinsip, dan etos kerja.

Dengan adanya merger Gojek dan Tokopedia yang bernama GoTo, GoTo mendapat keuntungan dalam bentuk pencapaian yang banyak. Jumlah pesanan konsumen ekosistem naik sebesar 41% dari tahun ke tahun atau 656 juta pesanan. Pendapatan brutonya meningkat sebesar 53% dari tahun ke tahun menjadi Rp 5,2 triliun. Selain memaksimalkan penghasilan, GoTo juga berupaya untuk melakukan efisiensi biaya dalam meningkatkan pertumbuhan GTV (*Gross Transaction Value*). Margin Kontribusi GoTo dalam persentase dari GTV meningkat sebesar 100 bps dan margin EBITDA jika dibandingkan dengan GTV meningkat sebesar 70 bps dalam kuartalan.

Adapun keuntungan ekonomi nasional atas merger Gojek dan Tokopedia adalah sebagai berikut :

1. Digitalisasi ekonomi dan kemudahan bagi konsumen.

Hal tersebut hendak memberikan harga terbaik untuk konsumen seluruh rakyat Indonesia atas kebutuhan yang diperlukan.

2. Potensi penerimaan pajak yang dapat ditingkatkan dengan memantau kewajiban pajak semua pihak yang beroperasi di ekosistem bisnis GoTo.

Terdapat beberapa dampak merger Gojek dan Tokopedia adalah sebagai berikut :

1. Menaikkan kontribusi bagi perekonomian Indonesia. Berdasarkan riset tim peneliti LPEM, merger Gojek dan Tokopedia bisa membuat nilai ekonomi langsung dengan nominal Rp 17-34 triliun. Setelah penggabungan dua perusahaan tersebut, bisa diprediksi akan menambah Rp 300 triliun terhadap PDB Indonesia.
2. Mengurangi hambatan untuk masuk ke dalam bisnis. Dapat diprediksi bahwa hambatan untuk memulai bisnis akan berkurang, yang akan mendorong pengusaha untuk memulai bisnis dengan mudah. Pasalnya, pertumbuhan ekonomi digital melalui GoTo, para wirausahawan baru tidak kesulitan menembus tembok perusahaan.
3. Peningkatan *switching cost*. Karena biaya peralihan yang lebih tinggi, konsumen tidak ingin mengalihkan produk dari layanan GoTo ke layanan perusahaan lain. Hal ini akan berpotensi hilangnya peluang untuk menciptakan bisnis serupa dan dapat mematikan persaingan di pasar

Berikut terdapat 4 *agile value* yang telah diterapkan oleh GoTo adalah sebagai berikut :

1. *Responding Change Over Following Plan.*

GoTo telah menetapkan untuk merespon dengan cepat dan positif. GoTo menggabungkan kepentingan satu sama lain untuk memberikan dampak ekonomi dan sosial yang lebih luas bagi Indonesia. Keputusan Gojek dan Tokopedia untuk bergabung baik untuk pedagang, konsumen atau bahkan driver. Hasil penggabungan Gojek dan Tokopedia telah menciptakan *super app* yang terus menawarkan berbagai layanan bermanfaat dan menjadi solusi bagi konsumen.

2. *Customer Collaboration Over Contract Negotiation*

Gojek dan Tokopedia berbagi prinsip yang sama dalam memberikan pengalaman terbaik kepada konsumennya. Tentunya konsumen juga akan lebih diuntungkan dari kerjasama kedua perusahaan ini. Dengan pengguna aktif Tokopedia yang mencapai lebih dari seratus juta pengguna per bulan dan pengguna aktif Gojek yang mencapai lebih dari 38 juta pengguna per bulan, semakin mudah bagi kedua perusahaan ini untuk menerima umpan balik pengguna. Seiring bertambahnya jumlah layanan, demikian pula peluang untuk belajar dari umpan balik konsumen. Umpan balik konsumen adalah kunci penting untuk mengembangkan layanan yang lebih baik di masa depan.

3. *Individuals and Interactions Over Processes and Tools*

Meski kedua perusahaan ini merupakan perusahaan teknologi besar, namun mereka tidak mengabaikan sisi kemanusiaanya. Faktanya, mereka memahami bahwa teknologi hebat tidak berarti apa-apa kecuali didorong oleh orang-orang hebat. Secanggih apapun

teknologi, tidak akan berdampak positif jika orang-orang yang memelihara teknologi tersebut tidak bekerja sama untuk tujuan bersama. Bukan berarti teknologi itu tidak penting, tetapi teknologi dan orang yang menggunakannya harus benar-benar mau bekerja sama.

Gojek sendiri sangat peduli dengan para pemangku kepentingan. Gojek menciptakan budaya kolaborasi lintas fungsi, menawarkan peluang pertumbuhan bagi karyawannya, subsidi untuk pembelian buku, pendaftaran keanggotaan gym, bahkan kredit tambahan. Gojek juga memperhatikan kesehatan karyawannya. Gojek menawarkan layanan konseling gratis kepada karyawannya bahkan keluarganya. Orang tua karyawan Gojek juga menerima asuransi kesehatan terlepas dari kesehatannya.

Sama seperti Tokopedia, Tokopedia juga peduli hubungan dengan Nakama-nya. Istilah Nakama itu adalah nama karyawan Tokopedia. Adapun prinsip yang dimiliki oleh nakama ialah fokus pada pelanggan, pola pikir yang berkembang, dan menjadikannya lebih baik.

4. *Working Software Over Comprehensive Documentation*

Kebutuhan pengguna yang dinamis dan dunia yang selalu berubah membuat pengembang *software* kebutuhan pengguna dengan sempurna. Untungnya, kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia memfasilitasi kemampuan pengembang untuk sepenuhnya memenuhi kebutuhan pengguna.

Berdasarkan analisis penggabungan Gojek dan Tokopedia di atas, kedua perusahaan dapat mempelajari kebutuhan pengguna satu sama lain. Misalnya, Gojek bisa mempelajari kebutuhan pengguna Tokopedia dan sebaliknya. Terutama

karena banyaknya pengguna aktif Gojek dan Tokopedia.

SIMPULAN

Perkembangan Tokopedia dan Gojek setelah merger diharapkan akan menjadi sebuah entitas bisnis yang lebih besar dan lebih kuat dalam menghadapi persaingan di pasar E-commerce dan layanan pengiriman online di Indonesia.

Kesimpulan:

- Merger antara Tokopedia dan Gojek akan membentuk entitas bisnis yang lebih besar, kuat, dan memiliki lebih banyak sumber daya.
- Dengan merger ini, kedua perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan masing-masing untuk menciptakan ekosistem yang lebih lengkap bagi pelanggan mereka.
- Diharapkan merger ini akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional serta meningkatkan daya saing di pasar e-commerce dan layanan pengiriman online di Indonesia.
- Merger ini juga dapat membuka peluang untuk mengembangkan layanan baru dan meningkatkan cakupan bisnis di pasar yang lebih luas.

Saran:

- Perusahaan perlu memperhatikan kepentingan pelanggan dan memastikan bahwa merger tidak mengurangi kualitas layanan yang ditawarkan.
- Perusahaan harus memperhatikan pengembangan produk dan layanan baru yang dapat memenuhi kebutuhan

pelanggan dan menghadapi persaingan pasar.

- Perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan kinerja keuangan dan memastikan bahwa merger tidak mengurangi profitabilitas bisnis.
- Perusahaan harus memperhatikan dampak sosial dari merger dan memastikan bahwa tidak ada dampak negatif pada karyawan dan masyarakat luas.
- Perusahaan harus memperhatikan peraturan dan kebijakan pemerintah terkait penggabungan bisnis dan memastikan bahwa merger ini dilakukan dengan cara yang legal dan transparan.

DAFTAR PUSTAKA

anisa indrian. (2022). Setahun Gojek dan Tokopedia Merger, Pendapatan GoTo Tembus Rp 5,2 T. Detikfinance.Com. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6120005/setahun-gojek-dan-tokopedia-merger-pendapatan-goto-tembus-rp-52-t>

Iman Nofie. (2021). Pasca Merger Gojek-Tokopedia. Analisis.Kontan.Co.Id. <https://analisis.kontan.co.id/news/pasca-merger-gojek-tokopedia>

Putra, D. A. (2021). Menengok Keuntungan dan Ancaman Merger Gojek dan Tokopedia Jadi GoTo. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4560058/menengok-keuntungan-dan-ancaman-merger-gojek-dan-tokopedia-jadi-goto>

Analisa Bisnis Mengapa Gojek x Tokopedia Merger. (2021). In Szeto Accurate Consultants. <https://www.szetoaccurate.com/analisa-bisnis-mengapa-gojek-x-tokopedia-merger/>

Yuli Yanna Fauzie. (2021). Membaca Tujuan dan Dampak Merger Gojek-Tokopedia. CNN Indonesia.
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210518065203-92-643595/membaca-tujuan-dan-dampak-merger-gojek-tokopedia/>

Zia, N. G. (2022). 4 Agile Values dalam Merger Gojek dan Tokopedia. Ekipa.
<https://www.ekipa.co.id/agile-values-dalam-merger-gojek-dan-tokopedia/>