

LPEM FEB UI: Layanan *Platform Digital* Tetap Diminati Konsumen Pasca Pandemi

- Di tengah kondisi makroekonomi yang penuh tantangan, kondisi finansial konsumen Indonesia tetap tangguh - Hampir seluruh konsumen (92%) menyatakan pendapatannya tidak berubah atau mengalami sedikit kenaikan dibandingkan tahun 2021
- Seiring dengan ekonomi yang kembali bergeliat, konsumen melaporkan tingkat pengeluaran yang sama atau lebih tinggi di platform digital seperti Gojek dan Tokopedia.
- Perilaku lain pascapandemi yang tetap membudaya yaitu pemanfaatan transaksi nontunai. Mayoritas konsumen (83%) memanfaatkan GoPay untuk bertransaksi.

Jakarta, 05 Juli 2023 — Belanja konsumen Indonesia untuk platform digital seperti layanan on-demand dan belanja online tetap stabil atau meningkat, seiring dengan pelonggaran aktivitas fisik dan ekonomi di tahun 2022. Hal tersebut menandakan pergeseran perilaku konsumen dari masa pra-pandemi. Demikian kajian terbaru dari Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (“LPEM FEB UI”) kepada 500 konsumen yang memanfaatkan platform digital Gojek dan Tokopedia.

Kajian yang sama menemukan bahwa sebagian besar konsumen Gojek (57,6%) dan mayoritas konsumen Tokopedia (85,67%) melaporkan penggunaan layanan di ekosistem GoTo berada di tingkat yang sama atau sedikit lebih tinggi daripada tahun sebelumnya. Lebih lanjut, meski ada tantangan makro ekonomi di pasar global dan Indonesia pada tahun lalu, konsumen tetap resilien dengan hampir seluruh konsumen (92%) melaporkan tidak ada perubahan atau peningkatan pendapatan dibanding tahun sebelumnya.

Chaikal Nuryakin, Ph.D., Kepala LPEM FEB UI, mengatakan, “Studi ini penting guna memahami kebiasaan dan tren belanja konsumen sebelum dan sesudah pandemi. Di satu sisi, pandemi memaksa adopsi *digital commerce* yang lebih cepat yang bertahan setelah pandemi. Di sisi lain, pelonggaran peraturan mengenai pembatasan sosial juga memengaruhi kebiasaan belanja konsumen kembali ke kanal offline. Selibuhnya, studi ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi peluang di masa depan seiring bertumbuhnya ekonomi digital Indonesia. GoTo merupakan objek penelitian yang menarik karena memiliki ekosistem terbesar di Indonesia. Lebih lanjut, berdasarkan riset kami sebelumnya, GoTo memberikan nilai tambah sekitar 1,8-2,2% pada pendapatan domestik bruto (PDB) Indonesia sepanjang tahun 2022.”

“Saat pandemi konsumen telah terbiasa dengan kenyamanan yang ditawarkan layanan *on-demand* dan belanja online. Para mitra usaha juga terus berinovasi di masa pemulihan pasca pandemi sehingga tidak heran bila konsumen terus memanfaatkan layanan-layanan tersebut saat pembatasan fisik dilonggarkan,” ujarnya.

Belanja online, menurut kajian LPEM FEB UI, telah menjadi bagian yang tak lepas dari kehidupan sehari-hari konsumen Indonesia. Hampir seluruh konsumen Tokopedia (92,8%) memanfaatkan platform ecommerce tersebut untuk membeli kebutuhan sehari-hari, diikuti oleh pembelian token listrik dan paket data (63,9%), dan pembayaran tagihan (59,7%).

Hasil kajian tersebut sejalan dengan pencapaian bisnis GoTo sepanjang tahun 2022. Berdasarkan laporan keuangan GoTo pada kuartal keempat 2022, perusahaan terus mencatatkan pertumbuhan positif, di mana jumlah konsumen setia On-Demand Services dan E-Commerce tumbuh sebesar 19% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya, dengan nilai transaksi mencapai lebih dari 60% dari keseluruhan nilai transaksi bruto (GTV) yang dicatatkan Perseroan. Rata-rata transaksi konsumen juga tumbuh 24% dibandingkan tahun sebelumnya, mencapai Rp9,6 juta per konsumen pada tahun 2022.

Hasil menarik lainnya dari kajian mengenai konsumen ini adalah integrasi ekosistem telah mendorong konsumen lebih dalam memanfaatkan platform digital. Hal ini ditunjukkan dengan:

- Mayoritas (85,44%) responden mengaku integrasi Grup GoTo mendorong mereka lebih sering memanfaatkan GoPay sebagai pilihan metode pembayaran di Tokopedia.
- Mayoritas (86,41%) responden lebih sering menggunakan GoPay di Tokopedia karena adanya GoPay Coins sebagai poin penghargaan loyalitas tunggal dalam ekosistem GoTo.
- Sebagian (45,31%) responden lebih sering memanfaatkan GoPayLater di Tokopedia setelah integrasi Grup GoTo.
- Sebagian besar (56,95%) responden mengaku integrasi Grup GoTo membuat mereka menjadikan GoSend sebagai pilihan utama sebagai metode pengiriman untuk transaksi di Tokopedia.

Lebih lanjut, Chaikal memaparkan, “Perilaku konsumen yang lebih dalam memanfaatkan platform digital setelah adanya integrasi di ekosistem disebabkan oleh beberapa hal seperti pelayanan yang lebih baik, pengiriman barang yang lebih cepat dan terjangkau, serta meningkatnya kepopuleran layanan pembayaran yang bisa dimanfaatkan di kedua platform.”

Chaikal menambahkan proyeksi dampak preferensi konsumen terhadap pertumbuhan ekosistem GoTo, “Ke depannya GoTo sebagai perusahaan teknologi terbesar di Indonesia yang menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat, diprediksi akan tetap menjadi andalan sehingga pertumbuhan akan tetap meningkat, walau sewajarnya tidak akan sebesar seperti masa pandemi ketika semua transaksi berlangsung secara online. Yang penting adalah GoTo dapat terus berinovasi mengikuti perubahan pola konsumsi masyarakat agar dapat mempertahankan konsumen yang setia terhadap kualitas layanannya.”

Kajian ini merupakan pendalaman dari kajian LPEM FEB UI pada Maret lalu mengenai dampak ekosistem GoTo pada perekonomian nasional. LPEM FEB UI memperkirakan bahwa Grup GoTo memberikan nilai tambah Rp349-428 triliun terhadap perekonomian nasional, setara dengan 1,8-2,2% pendapatan domestik bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2022. Nilai tersebut berasal dari nilai tambah yang dihasilkan dari aktivitas perusahaan dan mitra di dalam ekosistemnya, yaitu para mitra pengemudi dan UMKM.



Tentang LPEM FEB UI

LPEM FEB UI merupakan lembaga penelitian di bawah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (FEB UI) dan merupakan salah satu komunitas peneliti dan akademisi terbesar di Universitas Indonesia. Untuk keperluan lebih lanjut, anda dapat menghubungi kami melalui email ke marcom@lpem-feui.org cc: lpem@lpem-feui.org dan marcom.lpemfeui@gmail.com. **Ketahui lebih lanjut:** [LPEM FEB UI](#)

Tentang Grup GoTo

PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (Grup GoTo) adalah ekosistem digital terbesar di Indonesia. Misi GoTo adalah untuk “mendorong kemajuan” dengan menawarkan infrastruktur teknologi dan solusi bagi semua orang untuk mengakses dan berkembang dalam ekonomi digital. Ekosistem GoTo terdiri dari layanan *on-demand* (mobilitas, pesan antar makanan, dan logistik), *e-commerce* (*marketplace* pihak ketiga + *official store*, *instant commerce*, *interactive commerce*, dan *rural commerce*), serta *financial technology* (pembayaran, layanan keuangan dan solusi teknologi untuk pedagang) melalui platform Gojek, Tokopedia, dan GoTo Financial.

Untuk informasi lebih lanjut silakan menghubungi:

Chaikal Nuryakin - chaikal.nuryakin@ui.ac.id

Corporate Affairs, Grup GoTo - corporate.affairs@gotocompany.com