

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA PT GOTO GOJEK TOKOPEDIA UNTUK PERTUMBUHAN JANGKA PANJANG PASCA IPO

Gunawan Aji¹⁾, Eka Febrianti²⁾, Dina Azfia Karima³⁾, Ahmad Dhia Iqbal⁴⁾, Nurul Eka Setiani⁵⁾

Prodi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan ^{1,2)}

e-mail : gunawanaji@uingusdur.ac.id ¹⁾, ekafebrianti@mhs.uingusdur.ac.id ²⁾,
dinaazfiakarima@mhs.uingusdur.ac.id ³⁾, ahmaddhiaiqbal@mhs.uingusdur.ac.id ⁴⁾,
nurulekasetiani@mhs.uingusdur.ac.id ⁵⁾

Abstract

The Indonesian economy is influenced by rapidly expanding startups. Indonesia is one of the five countries with the most startups, demonstrating the country's high level of enthusiasm. PT is one of them. Goto Gojek Tokopedia (GOTO). In the capital cycle, obviously, it can't be isolated from the systems taken by the organization, one of the choices taken by GoTo to get financing or functional capital for the organization is to lead a First sale of stock (Initial public offering) on the Indonesia Stock Trade (IDX). There are two parts to business development strategies: internal environment analysis and external environment analysis. The descriptive qualitative method was used in this study, and the process of collecting data involved conducting literature reviews of scientific publications.

Keywords: *Startup; Business Development; Long Term Growth*

Abstrak

Perekonomian di Indonesia dipengaruhi oleh startup yang berkembang pesat. Indonesia menjadi salah satu dari lima negara dengan startup terbanyak, hal itu menunjukkan tingginya antusiasme negara tersebut. PT Gojek Tokopedia (GOTO) salah satunya. Dalam perputaran modal tentunya tidak terlepas dari sistem yang diambil oleh organisasi, salah satu pilihan yang diambil oleh GoTo untuk mendapatkan pembiayaan atau modal fungsional bagi organisasi adalah memimpin penjualan saham perdana (Initial Public Offering) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Ada dua bagian strategi pengembangan bisnis: analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal. Metode deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini, dan proses pengumpulan data dilakukan dengan melakukan kajian literatur terhadap publikasi ilmiah.

Kata Kunci : Startup; Pengembangan Bisnis; Pertumbuhan Jangka Panjang

PENDAHULUAN

Dalam era yang didominasi oleh kemajuan teknologi, perusahaan-perusahaan teknologi terus berupaya untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat dan mempertahankan posisi mereka di pasar yang terus berubah. PT GoTo, hasil merger antara dua perusahaan teknologi

di Indonesia, Gojek dan Tokopedia, muncul sebagai pemain kunci dalam industri e-commerce dan layanan transportasi.

Pada tahun 2021, Gojek dan Tokopedia resmi bergabung dan membentuk PT GoTo sebagai upaya untuk memperkuat ekosistem bisnis mereka dan menciptakan sinergi yang lebih besar. Langkah ini diikuti oleh IPO perusahaan, yang menarik minat investor dan mendorong perusahaan untuk merencanakan strategi pengembangan bisnis jangka panjang.

Setelah IPO, PT GoTo dihadapkan pada tantangan dan peluang baru. Perusahaan harus mempertimbangkan strategi pengembangan bisnis yang tepat untuk menjaga pertumbuhan jangka panjang dan memenuhi harapan pemegang saham. Dalam konteks ini, analisis strategi pengembangan bisnis menjadi langkah yang penting dan penting untuk memetakan langkah-langkah yang akan diambil oleh PT GoTo.

Pentingnya analisis strategi pengembangan bisnis pasca IPO bagi PT GoTo terletak pada kemampuannya untuk mengidentifikasi peluang pertumbuhan baru dan mengantisipasi perubahan tren pasar yang terus berubah. Analisis ini juga akan membantu perusahaan untuk mengembangkan strategi inovatif Dalam menghadapi persaingan yang semakin meningkat di industri teknologi dan e-commerce.

Kerangka proses pengembangan bisnis sangat bergantung pada strategi. Jika perusahaan ingin bersaing, bertahan, dan berkembang. Model bisnis yang merupakan Model bisnis adalah representasi konseptual yang berisi gambaran tentang pemikiran dalam merumuskan dan mengembangkan strategi untuk mencapai tujuan perusahaan sangat erat kaitannya dengan strategi bisnis (Palgunadi 2023).

E-commerce adalah metode belanja dan perdagangan online yang memanfaatkan internet dan mencakup situs web atau aplikasi yang menawarkan pengiriman dan pengiriman. Teknologi informasi saat ini berkembang pesat dan berdampak pada kehidupan manusia. Pembelian dan penjualan digital dengan konsumen atau bisnis melalui jaringan elektronik dikenal sebagai e-commerce. Salah satu jenis bisnis berbasis web adalah pusat perdagangan berbasis internet yang terkenal dengan komputerisasi kegiatan keuangan di Indonesia. Beberapa pusat perdagangan berbasis web yang saat ini sedang berkembang di Indonesia, seperti Tokopedia, Shopee dan Lazada. Dari beberapa pusat perdagangan berbasis web yang ada, Tokopedia merupakan pusat perdagangan buatan Indonesia yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia (Sasmitha 2021).

Sederhananya, Strategi di semua tingkatan melibatkan penilaian terhadap tujuan, konsep, dan sumber daya yang dimiliki, dengan mempertimbangkan batas risiko yang dapat diterima, guna mencapai hasil yang lebih menguntungkan daripada yang mungkin terjadi secara kebetulan atau dalam kendali pihak lain. Inilah yang dimaksud Murray dan Grimsley ketika mereka mengatakan strategi itu (Dwinarko 2022).

Secara resmi Gojek dan Tokopedia sepakat untuk menjadikan Go To sebagai perusahaan teknologi terbesar di Indonesia dengan menyediakan ekosistem yang dapat diandalkan sebagai solusi kehidupan sehari-hari. Produksi GoTo Gathering adalah upaya bersama terbesar antara dua organisasi administrasi web dan media di Asia hingga saat ini (Dwinarko 2022). Dengan menggabungkan e-commerce, pengiriman makanan dan barang, transportasi, dan layanan keuangan, GoTo menggabungkan kekuatan dua perusahaan teknologi untuk menciptakan solusi yang unik dan saling melengkapi secara global. Keputusan Gojek untuk memimpin

GoTo sebagai Group CEO dalam merger ini. Gojek, Tokopedia, dan GoTo Financial memasuki fase ekspansi baru dengan terbentuknya GoTo Group.

Dalam menuntaskan bisnis berbasis web ini, tentunya Tokopedia mengalami banyak hambatan, terutama persaingan antar bisnis berbasis web. Strategi komunikasi korporat untuk mempromosikan citra positif perusahaan Go To adalah membingkai berita tentang penggabungan bisnis Gojek dan Tokopedia. (Dwinarko 2022). Banyak perusahaan mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam jangka panjang setelah melakukan IPO.

IPO adalah proses di mana suatu perusahaan menjual sahamnya untuk pertama kalinya kepada investor dan masyarakat secara umum. Pertumbuhan jangka panjang pasca IPO (Initial Public Offering) dapat bervariasi tergantung pada berbagai faktor, termasuk kinerja perusahaan, kondisi pasar, dan kebijakan manajemen perusahaan. Ada beberapa alasan mengapa perusahaan mengalami pertumbuhan jangka panjang setelah melakukan IPO. Pertama, IPO memberikan perusahaan akses ke pasar modal dan sumber daya keuangan yang lebih besar, yang memungkinkan perusahaan untuk melakukan investasi dalam pengembangan produk baru, ekspansi bisnis, dan akuisisi perusahaan lain. Kedua, IPO memberikan perusahaan profil publik yang lebih tinggi, yang dapat membantu perusahaan menarik bakat baru, mitra bisnis, dan pelanggan.

Namun, meskipun IPO dapat membawa banyak manfaat bagi perusahaan, tetap ada risiko yang harus dihadapi. perusahaan harus memenuhi persyaratan pelaporan dan pengungkapan yang ketat. Dalam hal pertumbuhan jangka panjang pasca-IPO, tidak ada jaminan bahwa perusahaan akan sukses atau gagal. Namun, dengan strategi bisnis yang tepat dan manajemen yang baik, banyak perusahaan yang berhasil mengalami pertumbuhan jangka panjang setelah IPO.

KAJIAN LITERATUR

PT. Goto Gojek Tokopedia

Pada tahun 2022, terjadi penggabungan antara Gojek dan Tokopedia yang menghasilkan GoTo, menjadi ekosistem digital terbesar di Indonesia. GoTo terdiri dari berbagai layanan seperti e-commerce, pengiriman makanan dan bahan makanan, logistik dan pemenuhan, layanan transportasi on-demand, serta layanan keuangan dan pembayaran yang dapat diakses melalui platform Gojek, Tokopedia, dan GoTo Financial (gotocompany.com, 2022). Sebagai strategi untuk memperoleh pendanaan atau modal operasional, GoTo telah meluncurkan Initial Public Offering (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Strategi Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis merupakan aspek penting dalam pertumbuhan jangka panjang perusahaan setelah IPO (Initial Public Offering). Ada beberapa strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Berikut adalah beberapa strategi pengembangan bisnis yang umum digunakan:

1. Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk melibatkan perluasan jangkauan produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan ke segmen pasar yang baru. Ini dapat dilakukan dengan mengembangkan produk baru yang terkait dengan produk yang sudah ada atau dengan memasuki industri yang berbeda sepenuhnya. Diversifikasi produk dapat membantu perusahaan mencapai pertumbuhan jangka panjang dengan menciptakan

sumber pendapatan tambahan dan mengurangi risiko ketergantungan pada satu produk atau pasar tertentu.

2. Ekspansi Pasar

Strategi ekspansi pasar melibatkan perluasan ke wilayah geografis baru atau segmen pasar yang belum dimanfaatkan sepenuhnya. Perusahaan dapat memperluas distribusi produk atau layanan ke pasar regional, nasional, atau internasional yang baru. Ini memungkinkan perusahaan untuk mencapai basis pelanggan yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan jangka panjang. Ekspansi pasar juga dapat membantu dalam mengatasi risiko ketergantungan pada pasar yang terbatas.

3. Akuisisi

Akuisisi melibatkan pembelian perusahaan lain yang dapat memberikan manfaat strategis, seperti akses ke teknologi baru, peningkatan pangsa pasar, atau ekspansi ke segmen pasar baru. Melalui akuisisi, perusahaan dapat mempercepat pertumbuhan dengan mengambil alih sumber daya dan kapabilitas yang sudah ada, serta memperluas portofolio bisnisnya. Namun, akuisisi juga membawa risiko yang harus dikelola dengan baik, seperti integrasi yang kompleks dan kesulitan dalam mencapai sinergi yang diharapkan.

4. Aliansi Strategis

Aliansi strategis melibatkan kerjasama dengan perusahaan lain dalam bentuk kemitraan, joint venture, atau kesepakatan kerjasama lainnya. Tujuannya adalah untuk saling menguntungkan dan mencapai tujuan bersama, seperti akses ke pasar baru, pengembangan teknologi baru, atau berbagi risiko dan biaya. Aliansi strategis dapat membantu perusahaan memperluas jangkauan dan meningkatkan daya saingnya dengan memanfaatkan kekuatan dan sumber daya mitra bisnis.

5. Inovasi Produk atau Layanan

Inovasi produk atau layanan merupakan strategi penting untuk pertumbuhan jangka panjang. Dengan terus mengembangkan produk atau layanan baru, perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang berkembang dan tetap relevan dalam pasar yang kompetitif. Inovasi dapat melibatkan perbaikan produk yang ada, pengembangan produk baru, atau pengenalan fitur atau layanan tambahan. Inovasi yang berhasil dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan membantu perusahaan mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar serta profitabilitasnya.

Setelah melakukan IPO, perusahaan perlu terus mengembangkan strategi pengembangan bisnis untuk mempertahankan pertumbuhan jangka panjang. Strategi pengembangan bisnis yang tepat dapat membantu perusahaan untuk memperluas bisnis, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi risiko. Perusahaan dapat memilih strategi pengembangan bisnis yang sesuai dengan kondisi pasar dan kebutuhan bisnis perusahaan.

Sebagai aturan umum, teknik peningkatan bisnis dapat dicirikan menjadi dua bagian, yaitu dalam analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal (Sukarno, B. R 2021)

1. Analisis Lingkungan Internal

Sumber daya manusia, pengembangan manajemen, kerja tim, dan aspek bisnis lainnya dapat diperkenalkan dan diidentifikasi melalui analisis lingkungan internal. Pendekatan terhadap fungsi bisnis yang bertujuan untuk memeriksa faktor internal perusahaan—kekuatan dan kelemahannya—dikenal sebagai analisis ini. Analisis lingkungan internal pada umumnya dilakukan pada peran seperti administrasi, periklanan, keuangan, produksi, dan operasional (Dewi 2022). Variabel yang biasanya berada di luar kendali langsung manajemen puncak membentuk lingkungan

internal. Sumber daya, budaya, dan struktur organisasi adalah contoh dari variabel-variabel ini. (Wheelen, T. L., Hunger 1996).

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal adalah prosedur dalam membedah berbagai peluang dan ancaman yang dimulai dari luar organisasi. Faktor ekonomi, sosial budaya, lingkungan, pemerintah, teknologi, dan persaingan industri adalah lima kategori faktor eksternal. (Sari, K., Fatimah, M. F. N., Melvia, V., & Mustika 2021).

Ada dua bagian lingkungan eksternal: tempat kerja dan iklim sosial. Ada elemen di tempat kerja yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi operasi utama organisasi. Sementara itu, iklim sosial terdiri dari kekuatan umum yang tidak secara langsung terkait dengan tindakan otoritatif sementara tetapi lebih sering berdampak pada keputusan jangka panjang. (Wheelen, T. L., Hunger 1996).

3. Startup

Perusahaan startup adalah perusahaan yang belum lama beroperasi. Mayoritas dari mereka baru memulai dan sedang dalam proses mengembangkan produk mereka dan melakukan penelitian untuk menemukan pasar yang cocok. Karena durasi operasinya yang singkat, startup sering disebut sebagai usaha yang baru berjalan. Istilah "startup" juga mengacu pada bisnis yang baru dimulai, menggunakan inovasi teknologi untuk menjalankan operasi intinya, dan dapat mengatasi masalah sosial. Startup ditandai dengan pertumbuhan pendapatan yang cepat sekitar 10% per minggu, pasar yang besar, dan efisiensi modal sebagai pemecah masalah. Teknologi digunakan untuk menciptakan usaha ini, yang berpotensi menguntungkan ekonomi. (Karina, D., Nabilah, H., Panorama, M., & Alfiyatus Sa'diyah 2021).

Pertumbuhan Pasca IPO

Mitra baik di dalam maupun di luar perusahaan memiliki kebutuhan yang tinggi bagi perkembangan perusahaan karena dapat mengimplikasikan kemajuan positif perusahaan di kemudian hari. Perusahaan harus membuat keputusan keuangan yang penting, khususnya tentang pendanaan, karena persaingan industri berdampak besar pada seberapa baik kinerja perusahaan. Perusahaan yang menginvestasikan kembali keuntungannya akan berkembang, sedangkan perusahaan yang tidak berkembang adalah perusahaan yang menahan keuntungannya untuk investasi (Keown 2008). Volume penjualan adalah indikator yang baik dari kesuksesan perusahaan karena peningkatan penjualan berarti peningkatan pangsa pasar, yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Peningkatan pertumbuhan lapangan kerja merupakan indikator pertumbuhan lainnya; menurut temuan Takahashi dan Yamada, semakin tinggi tingkat pertumbuhan lapangan kerja, semakin baik hasil operasionalnya (Takahashi, H., & Yamada n.d.). Penelitian (Fan 2018) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan dapat ditandai dengan tingkat lapangan kerja yang tinggi.

Secara konvensional, Initial Public Offering pada penawaran umum perdana dianggap sebagai cara bagi bisnis untuk meningkatkan modal ekuitas untuk potensi ekspansi (Lowry 2003). Menurut (Almilia 2003) Karena masih dalam tahap pengembangan dan membutuhkan dana tunai, maka perusahaan memutuskan untuk go public. Perusahaan swasta (private) tidak dapat mengambil keuntungan dari pasar ekuitas publik, yang membuat mereka sulit mengurangi beban hutang mereka. Bisnis perlu lebih sadar akan efek negatif dari leverage yang tinggi. Perusahaan meningkatkan ekuitas melalui penawaran umum perdana, sejenis pembiayaan alternatif, dengan menjual saham pertamanya kepada masyarakat umum.

Ratu Dintha Izfs dan Nono Supriatna (Izfs, R. D., & Supriatna 2019) dalam penelitiannya mengambil 13 perusahaan yang melakukan penawaran umum perdana pada tahun 2014 dan memiliki laporan keuangan untuk dua tahun keuangan sebelum dan tiga tahun keuangan setelah IPO. Rasio profitabilitas, rasio leverage, rasio likuiditas, rasio aktivitas, dan rasio pertumbuhan adalah variabel-variabel yang ia gunakan dalam penelitiannya. Untuk perusahaan yang go public pada tahun 2014, sebanyak 13 perusahaan diperiksa, dan rasio pertumbuhannya menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam kinerja perusahaan sebelum dan setelah melakukan IPO. Perusahaan mengalami peningkatan kemampuan untuk bersaing dengan perusahaan lain dalam industri yang sama setelah IPO dan berhasil mengalami pertumbuhan yang baik. Namun, perkembangannya tidak terlalu terlihat karena studi ini hanya melihat perusahaan tiga tahun setelah IPO. Pengaruh strategi pertumbuhan pasca IPO terhadap kinerja perusahaan dapat membantu investor melakukan analisis fundamental terhadap aktivitas investasi perusahaan untuk meramalkan pertumbuhan kinerja di masa depan, mengidentifikasi perusahaan potensial, dan membuat keputusan investasi yang menguntungkan. Studi ini sangat penting karena memberi investor wawasan tentang bagaimana perusahaan menggunakan uang yang telah dikumpulkannya. Mereka harus memeriksa apakah perusahaan publik baru menggunakan lebih banyak uang untuk spekulasi daripada perusahaan yang sudah terdaftar. Situasi ini merupakan hal yang umum terjadi pada perusahaan setelah melakukan Initial Public Offering (IPO), di mana terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah ekuitas namun tanpa adanya peningkatan yang sebanding dalam keuntungan perusahaan atau keuntungan yang meningkat namun tidak sebanding dengan peningkatan ekuitas. Perusahaan yang memiliki perbedaan Perusahaan mengalami penurunan tingkat profitabilitas yang signifikan yang dapat dilihat dari penurunan nilai Return on Equity (ROE) karena adanya peningkatan jumlah ekuitas (Terzaghi, M. T., & Novitasari n.d.). Dalam penelitian lainnya, disebutkan bahwa kinerja perusahaan mengalami peningkatan pasca IPO dengan menggunakan strategi internal melalui belanja modal dengan mengasumsikan bahwa manajemen berusaha mencapai keuntungan maksimal untuk pertumbuhan perusahaan melalui upaya strategis (Penrose, E., & Penrose 2009)

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif karena menggambarkan strategi pengembangan bisnis yang digunakan oleh PT GOTO Gojek Tokopedia untuk pertumbuhan jangka panjang setelah Penawaran Umum Perdana (PO) dengan tabel dan grafik. Metode yang dilakukan dalam setting alamiah adalah penelitian kualitatif. (Sugiyono 2019). Fokus dari metode ini adalah pada pengamatan mendalam. Selain itu, masalah yang muncul dalam suatu perusahaan menjadi fokus penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif, di sisi lain hanya berfokus pada memberikan gambaran umum tentang temuan tanpa memberikan data korelasi atau perbandingan. Studi literatur dari berita digital bereputasi dan publikasi ilmiah merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.

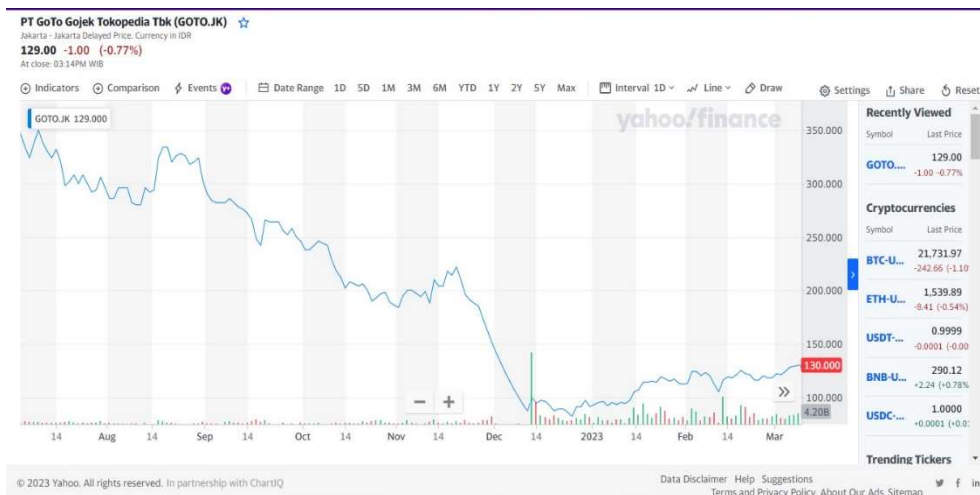
HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Goto Gojek Tokopedia Tbk (GOTO) adalah sebuah perusahaan induk yang berpartisipasi dalam layanan digital, dengan 16 anak perusahaan di Indonesia dan beberapa negara lainnya. Perusahaan ini menawarkan e-commerce (Tokopedia), layanan transportasi

sesuai permintaan (Gojek), dan layanan keuangan (GoTo Financial). Organisasi ini didirikan pada 15 Desember 2015 sebagai PT Aplikasi Karya Anak Bangsa, namun organisasi tersebut memperoleh PT Tokopedia pada tahun 2021, dan bersama-sama menjadi GoTo. Layanan GoTo digunakan oleh 55 juta orang saat ini. Kantor pusat berada di lantai 6-7, Jl., Gedung Pasaraya Blok M. Iskandarsyah II No. 2, Jakarta.

Ekosistem digital terbesar di Indonesia adalah GoTo Group. Dengan menyediakan infrastruktur dan solusi teknologi yang memungkinkan semua orang mengakses dan berkembang dalam ekonomi digital, misi GoTo adalah untuk "mendorong kemajuan". Melalui platform Gojek, Tokopedia, dan GoTo Financial, tersedia layanan transportasi on-demand, e-commerce, pengiriman makanan dan bahan makanan, logistik, pemenuhan kebutuhan, serta layanan keuangan dan pembayaran adalah bagian dari ekosistem GoTo.

GoTo melakukan IPO pada 11 April 2022 dengan harga per lembarnya Rp.338 dan saat ini harga saham GoTo hanya berkisar sekitar Rp 130 per lembarnya berarti GoTo kehilangan harga sahamnya sekitar 62% sejak IPO sampai sekarang yang bisa dilihat di dalam grafik berikut :



Gambar 1 Harga Saham GoTo 9 Maret 2023

Dalam melakukan analisis strategi, perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai faktor, seperti situasi ekonomi, persaingan di pasar, tren industri, dan kekuatan internal perusahaan. Selain itu, perusahaan juga perlu menilai tujuan bisnis jangka panjang dan mempertimbangkan bagaimana strategi yang diambil akan memengaruhi kinerja perusahaan di masa depan. Dari analisis strategi ini, perusahaan dapat mengembangkan rencana tindakan yang efektif untuk mencapai tujuan bisnis jangka panjang dan meningkatkan keuntungan, serta memperkuat posisi perusahaan di pasar.

Analisis strategi untuk pengembangan perusahaan dapat dilakukan dengan melakukan Melakukan evaluasi terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan. Analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan memiliki tujuan untuk memberikan wawasan yang penting dalam menentukan strategi pengembangan perusahaan yang efektif. Analisis lingkungan internal dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal mereka, sedangkan analisis lingkungan eksternal dapat membantu dalam memahami Mengidentifikasi potensi kesempatan dan tantangan yang dihadapi oleh perusahaan di dalam pasar. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui situasi yang

dapat dimanfaatkan dan risiko yang harus dihadapi oleh perusahaan dalam lingkungan pasar dan lingkungan yang lebih luas. Dengan memadukan kedua analisis ini, perusahaan dapat membuat keputusan strategis yang lebih baik, mengoptimalkan sumber daya, dan mempertahankan keunggulan kompetitif mereka di pasar. Oleh karena itu, analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan adalah langkah penting dalam merencanakan strategi pengembangan perusahaan yang sukses.

Dalam penelitian ini ditemukan beberapa strategi analisis lingkungan internal dan eksternal yang dapat diterapkan pada PT GoTo yaitu dengan melakukan analisis operasional, seperti peningkatan efisiensi produksi dan manajemen rantai pasokan, Melalui pengembangan produk dan sinergi antar layanan dalam ekosistem GoTo, akan terjadi peningkatan penggunaan layanan yang menguntungkan bagi sejumlah besar konsumen dan mitra pengemudi yang terlibat dalam ekosistem GoTo. Kemudian, analisis Sumber Daya Manusia (SDM) juga dapat dilakukan dengan menilai dan menyempurnakan prosedur dan kondisi tempat kerja agar karyawan dapat bekerja lebih efisien. Perusahaan juga perlu memperhatikan budaya perusahaan yang positif dan membangun nilai-nilai yang dapat meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan.

Selain analisis lingkungan internal, perusahaan juga perlu melakukan analisis lingkungan eksternal seperti persaingan industri yang memiliki sifat sama yaitu perusahaan digital. Karakteristik mayoritas bisnis digital justru Akan mengalami transformasi menjadi aplikasi super dengan pengembangan ekosistem yang unik bagi setiap entitasnya. karena bisnis digital dikenal memiliki ruang gerak yang sangat fleksibel. Untuk mengatasi persaingan industri, perusahaan dapat melakukan strategi seperti peningkatan kualitas produk atau layanan, pengembangan produk baru, promosi yang efektif, penawaran harga yang kompetitif, dan diferensiasi produk atau layanan dari pesaing. Selain itu, perusahaan juga perlu memperhatikan perubahan tren dan kebutuhan konsumen, serta memperhatikan persaingan di tingkat global untuk tetap kompetitif.

Dengan memperkuat kolaborasi dan memperluas ukuran bisnis ekosistemnya, GoTo berada di posisi yang tepat untuk terus berkembang, seperti yang terlihat dari pencapaian berikut:

1. Untuk periode 12 bulan yang dimulai pada 30 September 2021, nilai transaksi bruto (GTV) proforma 3 adalah Rp 414,2 triliun (USD 28,8 miliar). Pembayaran bruto proforma adalah Rp 15,1 triliun (USD 1 miliar) untuk jangka waktu setahun yang berakhir pada 30 September 2021. Pesanan proforma sekitar 2 miliar pesanan untuk jangka waktu setahun yang berakhir pada 30 September 2021.
2. Secara pro forma, lebih dari 55 juta pengguna yang bertransaksi setiap tahun (annual transactioning users, atau ATU) per 30 September 2021.
3. Lebih dari 2,5 juta mitra pengemudi yang terdaftar per 30 September 2021.
4. Per 30 September 2021, ada lebih dari 14 juta pedagang terdaftar.

Setelah melakukan analisis strategi, perusahaan dapat mengembangkan rencana tindakan yang efektif untuk mencapai tujuan bisnis jangka panjang. Rencana ini harus mencakup strategi pemasaran, strategi operasional, strategi pengembangan produk, serta strategi keuangan yang dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya. Selain itu, perusahaan juga perlu menentukan metrik dan indikator kinerja yang relevan untuk mengukur keberhasilan dari rencana tindakan tersebut.

Dalam mengimplementasikan rencana tindakan, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan perlu diperhatikan, seperti biaya dan sumber daya yang tersedia, keterampilan dan pengetahuan karyawan, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan di pasar. Selain itu, perusahaan juga perlu melakukan monitoring dan evaluasi secara teratur untuk memastikan rencana tindakan sesuai dengan tujuan bisnis jangka panjang dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan di masa depan.

Merek diatur dengan baik dalam beberapa peraturan yang berlaku, baik yang bersifat perdata maupun pidana, sesuai dengan ketentuan untuk memenuhi peraturan perundang-undangan Indonesia tentang perlindungan merek. Klaim umum akan menyimpulkan kebebasan kepemilikan dan mengajukan upaya untuk menebus merek yang digunakan, apakah itu mirip atau setara dengan merek lain dan upaya hukum ini adalah upaya hukum yang sah dan konstitusional.

Setelah dikurangi biaya emisi untuk keperluan modal kerja, GoTo bermaksud mendukung strategi pertumbuhan perusahaan dengan dana yang diperoleh dari IPO. PT. GoTo Gojek Tokopedia dalam melaksanakan kegiatannya memiliki beberapa strategi pertumbuhan, diantaranya yaitu:

1. Memberdayakan peningkatan jumlah pembeli dan Melalui pengembangan produk serta kolaborasi antar layanan di dalam ekosistem GoTo, akan terjadi peningkatan penggunaan layanan, yang akan memberikan manfaat yang lebih besar bagi pelanggan, mitra pengemudi, dan pengirim yang terlibat dalam ekosistem GoTo.
2. Tingkatkan pengalaman berbelanja dan bertransaksi di lingkungan sekitar dengan bantuan perbaikan infrastruktur. Dengan tujuan agar pelanggan dapat dengan mudah, cepat, dan terjangkau mengakses layanan yang paling relevan.
3. Memperkuat kolaborasi sinergis dalam ekosistem, termasuk pemberdayaan program loyalitas dan penghargaan bagi klien, serta perluasan layanan keuangan dan mengembangkan layanan bernilai tambah bagi para produsen.
4. Melakukan investasi di wilayah-wilayah yang memiliki potensi pertumbuhan tinggi, seperti memperluas pangsa pasar di Indonesia, Singapura, dan Vietnam. berinvestasi dengan cara strategis; memperkuat minat dalam inovasi dan kerangka kerja; serta peralihan ke kendaraan listrik.

Strategi bisnis yang dijalankan perusahaan ini yaitu perusahaan luar biasa yang menyediakan berbagai kemudahan layanan dan fitur yang berguna dan mudah diakses. Model bisnis adalah representasi konseptual dari sebuah bisnis yang menggambarkan cara perusahaan merencanakan dan mengimplementasikan strategi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Tak dapat dipungkiri bahwa terdapat hubungan yang erat antara strategi bisnis dan model bisnis.

E-Commerce adalah contoh kemajuan dalam teknologi informasi, di mana transaksi umumnya tidak dilakukan secara tradisional, mengharapkan pembeli berkomunikasi langsung dengan penjual atau menggunakan uang tunai. Era Perdagangan Global membutuhkan bantuan Ekonomi Lanjutan yang tercermin dalam pengenalan latihan pertukaran elektronik. Usaha kecil dan menengah (UKM) mendapatkan keuntungan dari fleksibilitas produksi e-commerce dan kemudahan pemasaran. UMKM berpeluang menembus pasar ekspor karena kemudahan dalam memasarkan produknya ke pasar global melalui pemanfaatan e-commerce.

Memahami pasar dan pesaing sangat penting dalam mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan berkelanjutan. Memahami pasar dan pesaing akan membantu mengidentifikasi

peluang bisnis yang ada di pasar. Dengan mengetahui kebutuhan, keinginan, dan perilaku konsumen, Anda dapat mengembangkan produk atau layanan yang relevan dan menarik bagi target pasar Anda. Anda juga dapat melihat peluang baru untuk memasuki segmen pasar yang belum terpenuhi atau bersaing dengan cara yang unik. Selanjutnya yaitu dapat menganalisis kekuatan dan kelemahan pesaing yang ada, melihat bagaimana pesaing memposisikan diri mereka, dan menemukan celah atau ruang untuk menonjol di antara pesaing. Dengan memahami posisi yang tepat, dapat mengembangkan strategi pemasaran dan penjualan yang efektif untuk membedakan diri Anda dari pesaing dan memenangkan pangsa pasar.

Dengan memahami pasar dan pesaing yang ada dapat mengidentifikasi tren dan perubahan dalam industri yang dapat memengaruhi jalannya bisnis. Hal ini memungkinkan untuk beradaptasi dengan cepat dan mengambil langkah-langkah inovatif agar tetap relevan di pasar yang terus berubah. Dengan pemahaman yang mendalam tentang para pesaing, akan dapat mengamati strategi mereka, mengetahui kekuatan mereka dan memperbaiki kelemahan yang ada dalam perusahaan kita.

Memahami pasar dan pesaing akan membantu mengidentifikasi risiko dan ancaman yang mungkin dihadapi. Kita dapat melihat tren persaingan, perubahan peraturan, atau inovasi pesaing yang dapat mengganggu jalannya bisnis. Dengan memahami ancaman ini, dapat diambil tindakan pencegahan yang tepat atau mengembangkan strategi untuk menghadapinya. Ini membantu Anda membangun keunggulan kompetitif yang kuat dan tetap relevan di pasar yang semakin kompetitif.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas, strategi bisnis yang digunakan oleh PT. Goto Gojek Tokopedia merupakan bisnis yang unggul, dimana setelah IPO, perusahaan terus menciptakan produk dan sinergi antara layanan dalam ekosistem GoTo, sehingga semakin banyak pembeli, mitra pengemudi, dan pedagang akan mendapat manfaat dari ekosistem GoTo. Walaupun kedua bisnis ini bergerak di bidang yang sama, GoTo tidak boleh sedikitpun puas dengan strateginya karena ada bisnis dengan model bisnis yang sama yang juga sudah go public dan memiliki kelebihan dan peluang masing-masing. Setiap bisnis pasti menghadapi ancaman dan kelemahan, yang mengharuskan penyusunan strategi yang tepat berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal.

DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, L. S. 2003. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Status Perusahaan Pasca IPO Dengan Menggunakan Tehnik Analisis Multinomial Logit." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Dewi, M. S. 2022. "Analisis Lingkungan Internal." *ALACRITY: Journal of Education*. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v2i1.54>.
- Dwinarko. 2022. "Strategi Merger Gojek Dan Tokopedia Melalui Komunikasi Perusahaan Dalam Framing Berita Media Daring Di Era Pandemi Covid-19." *Jurnal Signal*: 01–123.

- Fan, P. 2018. "Debt Retirement at IPO and Firm Growth." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, JEB*.
- Izfs, R. D., & Supriatna, N. 2019. "Pengaruh Initial Public Offering (IPO) Terhadap Kinerja Perusahaan." *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*.
- Karina, D., Nabilah, H., Panorama, M., & Alfiyatus Sa'diyah, S. 2021. "Pengaruh Perusahaan Startup Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Selama Pandemi Covid-19." *Berajah Journal*. <https://doi.org/10.47353/bj.v2i1.69>.
- Keown, Dkk. 2008. *Manajemen Keuangan: Prinsip Dan Penerapan*. PT Macana Jaya Cemerlang.
- Lowry, M. 2003. "Why Does IPO Volume Fluctuate so Much? *Journal of Financial Economics*." : 3–40.
- Palgunadi, Ni Made Dian Kemala Ratih. 2023. "Strategi Pengembangan Bisnis Startup Menggunakan SWOT Analysis (Studi Kasus Pada Startup Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)." *Journal on Education*. <http://jonedu.org/index.php/joe>.
- Penrose, E., & Penrose, E. T. 2009. *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford University Press.
- Sari, K., Fatimah, M. F. N., Melvia, V., & Mustika, A. 2021. "Analisis Lingkungan Eksternal Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada PT. Telkom Indonesia Tbk. 5."
- Sasmita, A. 2021. "Strategi Pemasaran Tokopedia Dalam Persaingan Antar E-Commerece Dengan Analisis SWOT." *Jurnal Pendidikan Tambusai*: 3397–3404.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sukarno, B. R, Ahsan. M (2021). 2021. "Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas." *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*. <https://doi.org/10.15642/manova.v4i2.456>.
- Takahashi, H., & Yamada, K. (2015). "IPOs, Growth, and the Impact of Relaxing Listing Requirements. *Jurnal of Banking & Finance*." : 505–519.
- Terzaghi, M. T., & Novitasari, A. (t.t.). "Analisis Kinerja Perusahaan Sebelum Dan Setelah Melakukan Initial Public Offering Di Bursa Efek Indonesia."
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D. 1996. "Manajemen Strategis." <https://finance.yahoo.com/>.