



Analisis Teknologi terhadap Perekonomian Nasional: Studi Kasus Kontribusi GoTo terhadap Pendapatan Indonesia

Abiyu Rahmatullah¹, Agus Rizki Pandapotan Siagian², Ahmad Devani Yuslah³, Alfia Damar Yanti⁴, Fesya Diva Annisa^{5*}, Ahmad Setiawan Nuraya⁶

¹⁻⁶ STIE Indonesia Banking School

Email: abiyu.20231111020@ibs.ac.id¹, agus.20231111021@ibs.ac.id², ahmad.20231111022@ibs.ac.id³, alfia.20231111024@ibs.ac.id⁴, fesya.20231111032@ibs.ac.id^{5*}, ahmad.nuraya@ibs.ac.id⁶

Korespondensi penulis : fesya.20231111032@ibs.ac.id

Abstract. *The research analyzes the impact of technology on Indonesia's national economy, focusing on GoTo's contribution as a leading technology company. GoTo, born from the merger of Gojek and Tokopedia, has created an innovative business model that connects consumers and businesses through an efficient digital platform. Secondary data analysis from LPEM FEB UI (2023), Aji (2023), Jerry (2023) SMERU Research Institute (2022), and other relevant sources, shows that GoTo makes a significant contribution to Indonesia's GDP, estimated at Rp349 trillion to Rp428 trillion in 2022, equivalent to 1.8% to 2.2% of total GDP. In addition, GoTo has empowered MSMEs by increasing average incomes by 30% for those in its ecosystem, created approximately 1.7 million jobs, and contributed to reducing income inequality by lowering the Gini coefficient by 4.43% in its operating regions. The research also underscores the importance of GoTo in facilitating increased value addition and business efficiency. Nonetheless, challenges such as the digital divide and the need for increased digital literacy remain a concern. By optimally utilizing the potential of the digital ecosystem and addressing existing challenges, Indonesia can achieve sustainable, inclusive, and equitable economic growth through the strategic role of technology companies like GoTo.*

Keywords: *GoTo, Digital Economy, MSME Empowerment, Job Creation.*

ABSTRAK. Penelitian ini menganalisis dampak teknologi terhadap perekonomian nasional Indonesia, berfokus pada kontribusi GoTo sebagai perusahaan teknologi terkemuka. GoTo, yang lahir dari merger Gojek dan Tokopedia, telah menciptakan model bisnis inovatif yang menghubungkan konsumen dan pelaku usaha melalui platform digital yang efisien. Analisis data sekunder dari LPEM FEB UI (2023), Aji (2023), Jerry (2023) SMERU Research Institute (2022), dan sumber relevan lainnya, menunjukkan bahwa GoTo memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB Indonesia, diperkirakan mencapai Rp349 triliun hingga Rp428 triliun pada tahun 2022, setara dengan 1,8% hingga 2,2% dari total PDB. Selain itu, GoTo telah memberdayakan UMKM dengan meningkatkan pendapatan rata-rata sebesar 30% bagi mereka yang tergabung dalam ekosistemnya, menciptakan sekitar 1,7 juta lapangan kerja, dan berkontribusi dalam mengurangi ketimpangan pendapatan dengan menurunkan koefisien Gini sebesar 4,43% di wilayah operasinya. Penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya GoTo dalam memfasilitasi peningkatan nilai tambah dan efisiensi bisnis. Meskipun demikian, tantangan seperti kesenjangan digital dan perlunya peningkatan literasi digital tetap menjadi perhatian. Dengan memanfaatkan potensi ekosistem digital secara optimal dan mengatasi tantangan yang ada, Indonesia dapat mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, inklusif, dan merata melalui peran strategis perusahaan teknologi seperti GoTo.

Kata kunci : GoTo, Ekonomi Digital, Pemberdayaan UMKM, Penciptaan Lapangan Kerja

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah menjadi kekuatan transformatif utama dalam lanskap ekonomi global selama beberapa dekade terakhir. Di Indonesia, kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi (TIK) tidak hanya mengubah cara masyarakat berinteraksi satu sama lain, tetapi juga membawa dampak yang luas dan mendalam pada berbagai sektor ekonomi. Dalam era digitalisasi yang semakin intensif, teknologi telah bertransformasi menjadi katalisator krusial bagi pertumbuhan ekonomi, membuka peluang baru bagi para pelaku usaha, memperluas akses pasar secara signifikan, dan meningkatkan efisiensi operasional di berbagai industri. Transformasi digital ini telah memicu pergeseran paradigma dalam cara bisnis dijalankan, menciptakan ekosistem yang lebih dinamis dan kompetitif. Gultom et al. (2024) menggarisbawahi bahwa digitalisasi telah berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan produktivitas dan efisiensi ekonomi, terutama melalui pengembangan ekosistem digital yang inklusif yang memungkinkan partisipasi yang lebih luas dan merata dari berbagai lapisan masyarakat.

Salah satu perusahaan teknologi yang memainkan peran sentral dalam transformasi ekonomi digital Indonesia adalah GoTo, yang merupakan hasil merger strategis antara dua raksasa teknologi Indonesia, yaitu Gojek dan Tokopedia. GoTo telah menjadi simbol keberhasilan integrasi teknologi dalam ekosistem ekonomi digital Indonesia, menunjukkan bagaimana inovasi dan kolaborasi dapat menghasilkan dampak yang signifikan. Sebagai perusahaan teknologi terkemuka yang beroperasi di berbagai sektor, termasuk *e-commerce*, transportasi daring, dan layanan keuangan digital, GoTo memiliki dampak yang luas dan beragam terhadap perekonomian nasional. Melalui platformnya, GoTo tidak hanya menyediakan solusi praktis dan efisien bagi konsumen, tetapi juga memberdayakan jutaan mitra pengemudi dan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Abdillah (2024) menyoroti bahwa perusahaan seperti GoTo memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM dengan memperluas akses pasar mereka, menyediakan layanan keuangan berbasis teknologi yang inovatif, dan membantu mereka beradaptasi dengan perubahan lanskap bisnis digital.

Meskipun demikian, kontribusi teknologi, khususnya dari perusahaan seperti GoTo, terhadap perekonomian nasional masih merupakan topik yang memerlukan analisis mendalam dan berkelanjutan. Sementara potensi teknologi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi sangat besar, pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana perusahaan seperti GoTo secara spesifik berkontribusi terhadap pendapatan negara, penciptaan lapangan kerja, dan

pemerataan ekonomi masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif dampak teknologi terhadap perekonomian nasional, dengan fokus pada studi kasus GoTo. Penelitian ini akan mengkaji sejauh mana keberadaan GoTo memengaruhi sektor-sektor ekonomi utama seperti *e-commerce*, transportasi daring, dan inklusi keuangan, serta bagaimana dampak tersebut tercermin dalam indikator-indikator ekonomi makro seperti pendapatan nasional, tingkat pengangguran, dan distribusi pendapatan.

Hal ini sangat penting untuk dibahas karena relevansi teknologi dalam meningkatkan pendapatan negara dan daya saing global semakin meningkat di tengah persaingan global yang semakin ketat. Teknologi tidak hanya menciptakan lapangan kerja baru dan peluang bisnis yang inovatif, tetapi juga mendorong produktivitas melalui efisiensi operasional yang lebih tinggi dan akses pasar yang lebih luas (Nabila et al., 2022). Selain itu, perusahaan seperti GoTo memainkan peran krusial dalam mempercepat adopsi teknologi di masyarakat secara luas, sekaligus mendukung inklusi keuangan melalui layanan digital yang mudah diakses dan terjangkau (Alfarabi et al., 2024). Dengan memahami kontribusi GoTo terhadap perekonomian nasional, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan strategis yang berharga bagi pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya untuk merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan ekosistem teknologi yang berkelanjutan dan inklusif.

Penelitian ini juga memiliki nilai praktis yang signifikan bagi pengembangan sektor digital di Indonesia. Melalui analisis data sekunder yang cermat dan komprehensif dari laporan keuangan GoTo, statistik makroekonomi nasional, serta studi literatur terkait, penelitian ini akan memberikan gambaran yang jelas dan terperinci tentang hubungan kompleks antara inovasi teknologi, pertumbuhan ekonomi, dan inklusi sosial. Kesimpulan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang konkret dan actionable bagi pemerintah untuk memaksimalkan potensi teknologi dalam meningkatkan pendapatan negara, mengurangi kesenjangan ekonomi, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara akademis tetapi juga memiliki implikasi nyata bagi kebijakan ekonomi nasional di masa depan, membantu Indonesia untuk memanfaatkan sepenuhnya potensi transformatif teknologi dalam mencapai tujuan pembangunan ekonominya.

Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini akan memanfaatkan data sekunder yang komprehensif dan beragam. Data ini akan mencakup laporan keuangan tahunan GoTo, data transaksi yang dirilis oleh perusahaan, statistik makroekonomi dari Badan Pusat Statistik (BPS), serta studi literatur relevan yang diterbitkan oleh lembaga riset dan universitas terkemuka. Dengan menganalisis data-data ini secara cermat dan metodologis, penelitian ini

akan memberikan bukti empiris yang kuat tentang dampak GoTo terhadap perekonomian Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Kontribusi GoTo terhadap Perekonomian Nasional

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan analisis data sekunder untuk mengevaluasi dampak teknologi terhadap perekonomian nasional Indonesia melalui studi kasus perusahaan teknologi GoTo. Berikut adalah tahapan metode penelitian yang digunakan:

a. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat sekunder dan diperoleh dari berbagai sumber terpercaya seperti:

- Laporan tahunan GoTo
- Statistik makroekonomi dari Badan Pusat Statistik (BPS)
- Studi literatur dari lembaga riset seperti LPEM FEB UI (2023), SMERU Research Institute (2022), dan Google-Temasek-Bain & Company (2023)
- Artikel jurnal akademik terkait inovasi teknologi dan dampaknya terhadap perekonomian.

b. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dan analisis dokumen resmi. Data kuantitatif seperti kontribusi GoTo terhadap PDB nasional (Rp349 triliun hingga Rp428 triliun pada tahun 2022) serta dampak pada penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan UMKM dianalisis untuk memberikan gambaran empiris.

c. Analisis Data

Data dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan hubungan antara keberadaan GoTo dengan indikator-indikator ekonomi makro seperti:

- Kontribusi terhadap PDB
- Tingkat penciptaan lapangan kerja
- Dampak terhadap pendapatan UMKM
- Pengurangan ketimpangan pendapatan (koefisien Gini).

Analisis dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai sumber untuk memastikan validitas hasil penelitian.

d. Kerangka Analisis

Kerangka analisis penelitian ini melibatkan hubungan antara variabel-variabel berikut:

- Variabel Independen: Keberadaan GoTo sebagai perusahaan teknologi.
- Variabel Dependen: Indikator ekonomi makro seperti PDB nasional, tingkat pengangguran, pendapatan UMKM, dan koefisien Gini.
- Variabel Intervening: Transformasi digital dalam ekosistem bisnis.

e. Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan:

- Ketergantungan pada data sekunder yang mungkin tidak mencerminkan kondisi terkini.
- Fokus pada satu studi kasus (GoTo) sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan untuk semua perusahaan teknologi di Indonesia.

Dengan metode penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai kontribusi teknologi terhadap perekonomian nasional Indonesia melalui peran strategis perusahaan seperti GoTo.

3. PEMBAHASAN

a. Kontribusi GoTo terhadap Perekonomian Nasional

GoTo, sebagai ekosistem digital terbesar di Indonesia, telah berhasil menciptakan model bisnis yang inovatif dengan menghubungkan konsumen dan pelaku usaha melalui *platform* digital yang efisien. Menurut kajian terbaru dari Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LPEM FEB UI), kontribusi GoTo terhadap perekonomian nasional pada tahun 2022 diperkirakan mencapai antara Rp349 triliun hingga Rp428 triliun, setara dengan 1,8% hingga 2,2% dari total PDB Indonesia (LPEM FEB UI, 2023). Angka ini mencerminkan dampak signifikan yang dihasilkan oleh aktivitas bisnis GoTo serta mitra-mitranya, termasuk mitra pengemudi dan usaha mikro kecil menengah (UMKM).



Gambar 1. Kontribusi Go To Terhadap Perekonomian Indonesia di Tahun 2022
(LPEM FEB UI, 2023)

Salah satu aspek penting dari kontribusi GoTo adalah pemberdayaan UMKM. Lebih dari 90% mitra merchant dalam ekosistem GoTo terdiri dari UMKM yang memanfaatkan platform seperti Tokopedia untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Laporan LPEM FEB UI menunjukkan bahwa UMKM yang bergabung dalam ekosistem GoTo mengalami peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 30% setelah memanfaatkan layanan digital ini (LPEM FEB UI, 2023). Dengan akses ke pasar yang lebih luas dan layanan pembayaran digital seperti GoPay, pelaku usaha kecil dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi transaksi.

Selain itu, GoTo juga berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja. Pada tahun 2022, ekosistem GoTo menciptakan peluang kerja bagi sekitar 1,7 juta orang, yang mencakup mitra pengemudi Gojek dan pedagang Tokopedia. Penelitian menunjukkan bahwa keberadaan GoTo tidak hanya membantu mengurangi tingkat pengangguran tetapi juga meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan memberikan akses kepada mereka untuk mendapatkan penghasilan tambahan (LPEM FEB UI, 2023).

Keberadaan GoTo juga berperan dalam mengurangi ketimpangan pendapatan di wilayah operasinya. Menurut laporan yang sama, keberadaan GoTo berhasil menurunkan koefisien Gini sebesar 4,43% di daerah-daerah tempat mereka beroperasi. Ini menunjukkan bahwa *platform* digital seperti GoTo dapat membantu menciptakan distribusi pendapatan yang lebih merata

dengan membuka akses ekonomi bagi kelompok masyarakat yang sebelumnya terpinggirkan (Aji, 2023)

Dari perspektif jangka panjang, kontribusi GoTo terhadap pertumbuhan ekonomi digital Indonesia sangat signifikan. Menurut laporan Google, Temasek, dan Bain & Company (2023), nilai ekonomi digital Indonesia diperkirakan mencapai USD130 miliar pada tahun 2025. Dengan posisi strategisnya sebagai pemimpin pasar di sektor teknologi, GoTo memiliki potensi besar untuk terus menjadi katalisator utama dalam pertumbuhan ekonomi digital Indonesia. Inisiatif seperti kampanye *Beli Lokal* menunjukkan komitmen perusahaan untuk mendukung UMKM lokal sekaligus meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global.

Namun demikian, tantangan tetap ada. Kesenjangan digital di berbagai daerah masih menjadi hambatan bagi adopsi teknologi oleh pelaku usaha kecil. Banyak wilayah terpencil belum memiliki akses internet yang memadai sehingga menghambat potensi pertumbuhan mereka (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2022). Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta untuk mempercepat pembangunan infrastruktur digital serta meningkatkan literasi teknologi masyarakat.

b. Peningkatan Nilai Tambah dan Efisiensi Bisnis

GoTo telah menciptakan nilai tambah ekonomi yang signifikan melalui pengurangan biaya operasional dan peningkatan efisiensi bisnis. Dalam ekosistem GoTo, pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) dapat memanfaatkan platform seperti Tokopedia untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa memerlukan kehadiran fisik. Hal ini mengurangi kebutuhan akan perantara fisik dan menekan biaya distribusi barang, sebagaimana dijelaskan oleh Garicano & Kaplan (2001), bahwa pengurangan biaya transaksi adalah salah satu manfaat utama dari digitalisasi dalam bisnis. Menurut laporan LPEM FEB UI (2023), kontribusi GoTo terhadap perekonomian nasional pada tahun 2022 mencapai Rp428 triliun, setara dengan 2,2% dari total PDB Indonesia. Nilai ini mencerminkan dampak besar yang dihasilkan oleh aktivitas perusahaan serta mitra-mitranya, termasuk mitra pengemudi dan UMKM.

Platform seperti Tokopedia memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka tanpa harus memiliki toko fisik, sehingga mengurangi biaya tetap dan meningkatkan margin keuntungan. Laporan LPEM FEB UI (2023) juga menunjukkan bahwa UMKM yang bergabung dalam ekosistem GoTo mengalami peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 30%. Selain itu, layanan pembayaran digital seperti GoPay mempermudah transaksi antara konsumen dan pelaku usaha, meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat pertumbuhan ekonomi lokal. Aji (2023) mencatat bahwa transaksi bruto dalam ekosistem GoTo

pada tahun 2021 mencapai Rp414,2 triliun, dengan rata-rata pesanan konsumen meningkat sebesar 41% dari tahun ke tahun.

Kontribusi GoTo terhadap nilai tambah ekonomi juga terlihat dari dampaknya terhadap sektor-sektor penting seperti ritel, manufaktur, teknologi informasi dan komunikasi (TIK), makanan dan minuman, serta transportasi dan pergudangan. Menurut kajian LPEM FEB UI (2024), dampak GoTo pada sektor ritel mencapai Rp154,7 triliun hingga Rp175,4 triliun, sementara kontribusi terhadap sektor manufaktur diperkirakan mencapai Rp17,4 triliun hingga Rp45,1 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas bisnis GoTo tidak hanya memberikan nilai tambah langsung tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi di sektor-sektor terkait.

Dengan demikian, keberadaan GoTo dalam perekonomian Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai penyedia layanan digital tetapi juga sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi melalui inovasi dan efisiensi bisnis. Melalui platformnya, GoTo telah menunjukkan bagaimana teknologi dapat menjadi alat untuk menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi ekonomi nasional.

c. Pemberdayaan UMKM

GoTo berperan penting dalam memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia, dengan lebih dari 90% mitra merchant dalam ekosistemnya berasal dari kategori ini. Melalui akses ke platform digital seperti Tokopedia dan Gojek, UMKM mendapatkan manfaat langsung yang signifikan. Menurut laporan dari Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LPEM FEB UI, 2023), UMKM yang bergabung dalam ekosistem GoTo mengalami peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 30% setelah memanfaatkan layanan digital tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya membuka akses pasar yang lebih luas tetapi juga meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal dan internasional.

Inisiatif seperti kampanye *Beli Lokal* yang dilakukan bersama TikTok bertujuan untuk mempromosikan produk lokal dan meningkatkan daya saing UMKM di pasar internasional. Melalui kolaborasi ini, GoTo dan TikTok berkomitmen untuk memberikan dukungan kepada pelaku UMKM dengan menyediakan platform untuk memasarkan produk mereka secara lebih efektif. Selain itu, program *Kampus UMKM Bersama* yang diluncurkan oleh GoTo dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan dan kapasitas usaha UMKM agar dapat bersaing dengan brand global (GoTo, 2023). Program ini mencakup pelatihan kewirausahaan dan digitalisasi yang dirancang untuk membantu UMKM naik kelas.

Lebih lanjut, GoTo juga menyediakan berbagai fitur dalam platformnya yang dirancang khusus untuk mendukung UMKM. Misalnya, situs *Mitra Usaha GoTo* berfungsi sebagai pusat informasi bagi 15,1 juta mitra usaha dalam ekosistem GoTo, memberikan akses mudah kepada pelaku UMKM untuk mendapatkan informasi mengenai program, solusi, dan inisiatif yang ditawarkan oleh GoTo (Media Indonesia, 2022). Dengan semua inisiatif ini, GoTo tidak hanya membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan pasar tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif di Indonesia.

d. Penciptaan Lapangan Kerja

Salah satu kontribusi terbesar GoTo terhadap perekonomian Indonesia adalah penciptaan lapangan kerja. Pada tahun 2022, bisnis yang berada dalam ekosistem GoTo menciptakan peluang kerja bagi sekitar 1,7 juta orang, yang setara dengan 1,2% dari total angkatan kerja di Indonesia (LPEM FEB UI, 2023). Keberadaan GoTo tidak hanya memberikan kesempatan kerja langsung melalui mitra pengemudi Gojek dan merchant Tokopedia, tetapi juga mendorong efek multiplier ekonomi yang signifikan pada sektor-sektor terkait seperti logistik dan layanan makanan. Menurut laporan LPEM FEB UI, keberadaan ekosistem GoTo berkontribusi dalam menurunkan tingkat kemiskinan dan kesenjangan pendapatan di daerah-daerah tempat mereka beroperasi (LPEM FEB UI, 2023).

GoTo berhasil menghubungkan 2,5 juta mitra pengemudi dengan pelanggan dan membantu 15 juta merchant menjual produk mereka melalui platform digital. Ini menunjukkan bahwa GoTo tidak hanya berfungsi sebagai penyedia layanan tetapi juga sebagai penggerak utama dalam menciptakan lapangan kerja di sektor informal. Selain itu, dengan total transaksi mencapai Rp613 triliun sepanjang tahun 2022, GoTo telah menunjukkan perannya dalam menggerakkan sektor riil dan memperkuat perekonomian nasional (Infobanknews, 2023).

Dampak positif GoTo terhadap penciptaan lapangan kerja juga terlihat dari upaya perusahaan untuk meningkatkan keterampilan mitra pengemudi dan merchant melalui berbagai program pelatihan. Program-program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial agar mitra dapat bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, kontribusi GoTo dalam menciptakan lapangan kerja tidak hanya terbatas pada jumlah tenaga kerja yang disediakan tetapi juga pada peningkatan kualitas sumber daya manusia di Indonesia.

e. Pengurangan Ketimpangan Pendapatan

GoTo telah berkontribusi secara signifikan dalam mengurangi ketimpangan pendapatan di wilayah operasinya melalui ekosistem digital yang inklusif. Menurut Aji (2023), keberadaan GoTo berhasil menurunkan koefisien Gini sebesar 4,43% di kota-kota tempat ekosistemnya beroperasi. Penurunan ini mencerminkan dampak positif dari platform digital dalam membuka akses ekonomi bagi kelompok masyarakat yang sebelumnya terpinggirkan. Selain itu, GoTo membantu mengeluarkan sekitar 24.666 orang dari garis kemiskinan selama tahun 2022, menunjukkan bahwa teknologi dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan sosial.

Dalam ekosistem GoTo, mitra pengemudi Gojek dan merchant Tokopedia mendapatkan peluang untuk meningkatkan penghasilan melalui akses pasar yang lebih luas dan efisiensi operasional. Menurut Jerry (2023), pesanan konsumen dalam ekosistem GoTo meningkat sekitar 41% dari tahun ke tahun, sementara pendapatan bruto naik sebesar 53%. Hal ini menunjukkan bahwa platform digital tidak hanya memberikan peluang kerja tetapi juga membantu masyarakat berpenghasilan rendah untuk meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan. Dengan menyediakan layanan pembayaran digital seperti GoPay dan platform e-commerce seperti Tokopedia, GoTo menciptakan ekosistem ekonomi yang inklusif dan memberdayakan pelaku usaha kecil di berbagai wilayah.

Lebih lanjut, penelitian oleh SMERU Research Institute (2022) menunjukkan bahwa penetrasi teknologi digital memiliki korelasi negatif dengan tingkat ketimpangan pendapatan. Ketika masyarakat memiliki akses ke platform seperti GoTo, mereka dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan pendapatan mereka. Selain itu, kampanye seperti *Beli Lokal* yang dilakukan oleh GoTo bersama TikTok bertujuan untuk mempromosikan produk lokal, sehingga membantu UMKM bersaing di pasar internasional dan meningkatkan distribusi pendapatan secara lebih merata.

Dengan semua inisiatif tersebut, GoTo membuktikan bahwa platform digital dapat memainkan peran penting dalam menciptakan pemerataan ekonomi dan mengurangi ketimpangan pendapatan di Indonesia.

f. Dampak Jangka Panjang

Keberlanjutan kontribusi GoTo terhadap perekonomian nasional terlihat dari proyeksi pertumbuhan ekonomi digital Indonesia yang sangat optimis. Menurut laporan dari Google, Temasek, dan Bain & Company (2023), nilai ekonomi digital Indonesia diperkirakan mencapai USD130 miliar pada tahun 2025 dan dapat meningkat hingga USD360 miliar pada tahun 2030. Hal ini menunjukkan potensi besar bagi GoTo untuk terus menjadi katalisator utama dalam pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Dalam konteks ini, penelitian oleh Aji (2023) menyoroti bahwa setelah merger antara Gojek dan Tokopedia, GoTo telah berhasil meningkatkan transaksi bruto hingga Rp414,2 triliun, yang menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam aktivitas e-commerce dan layanan transportasi daring.

Selain itu, penelitian oleh Jerry (2023) menyatakan bahwa GoTo telah berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan bruto sebesar 53% dari tahun ke tahun dan memaksimalkan penghasilan mitra melalui efisiensi biaya. Dengan adanya platform yang menghubungkan konsumen dengan pelaku usaha, GoTo tidak hanya memperluas jangkauan pasar tetapi juga meningkatkan daya saing produk lokal di pasar internasional. Inisiatif seperti kampanye *Beli Lokal* yang dilakukan bersama TikTok menunjukkan komitmen GoTo untuk mendukung UMKM dan produk lokal, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Lebih jauh lagi, penelitian oleh SMERU Research Institute (2022) menekankan bahwa penetrasi teknologi digital memiliki dampak positif terhadap pengurangan ketimpangan pendapatan. Dengan memberikan akses kepada masyarakat berpendapatan rendah untuk menggunakan layanan digital, GoTo membantu mereka meningkatkan pendapatan dan memperbaiki kualitas hidup. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan platform seperti GoTo dapat mengurangi kesenjangan pendapatan dan meningkatkan distribusi kekayaan di masyarakat.

Secara keseluruhan, dengan posisi strategisnya sebagai pemimpin pasar di sektor teknologi dan komitmennya terhadap pemberdayaan UMKM serta dukungan terhadap produk lokal, GoTo memiliki potensi besar untuk terus berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi digital Indonesia dalam jangka panjang.

4. PENUTUP

Berdasarkan analisis mendalam terhadap berbagai aspek kontribusi GoTo, dapat disimpulkan bahwa ekosistem digital ini telah memainkan peran yang sangat signifikan dalam perekonomian nasional Indonesia. Dari peningkatan nilai tambah dan efisiensi bisnis, pemberdayaan UMKM, penciptaan lapangan kerja, pengurangan ketimpangan pendapatan, hingga dampak jangka panjang terhadap pertumbuhan ekonomi digital, GoTo telah membuktikan diri sebagai katalisator utama dalam transformasi ekonomi Indonesia menuju era digital.

Melalui platformnya, GoTo telah berhasil menciptakan ekosistem yang inklusif dan efisien, menghubungkan jutaan konsumen, mitra pengemudi, dan pelaku UMKM. Data dan analisis dari berbagai sumber, termasuk LPEM FEB UI, menunjukkan bahwa kontribusi GoTo terhadap PDB Indonesia mencapai angka yang signifikan, dengan dampak yang luas pada sektor-sektor penting seperti ritel, manufaktur, dan teknologi informasi.

Namun demikian, penting untuk diingat bahwa masih ada tantangan yang perlu diatasi untuk memaksimalkan potensi kontribusi GoTo terhadap perekonomian nasional. Kesenjangan digital di berbagai daerah, rendahnya literasi digital di kalangan masyarakat, serta regulasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi adalah beberapa isu yang perlu mendapatkan perhatian serius dari pemerintah dan pemangku kepentingan terkait.

Dengan mengatasi tantangan ini dan terus mendorong inovasi serta kolaborasi antara sektor publik dan swasta, Indonesia dapat memanfaatkan potensi penuh dari ekosistem digital seperti GoTo untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pembuat kebijakan dan pelaku industri untuk merumuskan strategi yang efektif dalam memanfaatkan teknologi sebagai pendorong utama kemajuan ekonomi nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2024). Dampak ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *BENEFIT: Journal of Business, Economics, and Finance*, 2(1), 27–35.
- Aji, D. (2023). Analisis perkembangan Tokopedia dan Gojek pasca merger. *Jurnal Lokawati*.
- Alfarabi, H., Rahmadi, R., & Ismail, M. (2024). Analisis pengaruh ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 5(2), 123–134.
- Garicano, L., & Kaplan, S. (2001). The effects of information technology on the organization of work. In *The handbook of technology management*.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2023). *Projected digital economy growth in Southeast Asia*.
- GoTo. (2023). *Gerakan #BangkitBersama: Inisiatif pemberdayaan UMKM*.
- Gultom, D., Hutabarat, G. S. P., Dirgantara, M., Pratama, R., & Hidayah, A. (2024). Dampak positif digitalisasi terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Konstanta: Ekonomi Pembangunan*, 3(1), 1–12.
- Infobanknews. (2023). *GoTo proses 2,7 miliar pesanan sepanjang 2022*.
- Jerry. (2023). Kontribusi platform digital terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*.
- JPNN. (2023). *Sepanjang 2022, GoTo proses 2,7 miliar pesanan*.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2022). *Laporan tahunan digitalisasi UMKM*.
- LPEM FEB UI. (2023). *Dampak ekosistem GoTo terhadap pemulihan ekonomi Indonesia di 2022*.
- LPEM FEB UI. (2023). *Kontribusi GoTo terhadap perekonomian nasional capai hingga Rp428 triliun*.
- LPEM FEB UI. (2024). *GoTo berkontribusi signifikan dorong 5 sektor penting penggerak PDB Indonesia tahun 2023*.
- Media Indonesia. (2022). *Mitra usaha GoTo bantu pemberdayaan UMKM*.
- Nabila, R., Chaidir, A., & Suprpti, S. (2022). Analisis pengaruh teknologi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 4(1), 45–58.
- SMERU Research Institute. (2022). *Bagaimana mencegah peningkatan ketimpangan dalam desa?*