



## Grup GoTo Umumkan Kinerja Kuartal Kedua dan Semester Pertama 2022

### ***Ekosistem Digital Terbesar Indonesia Cetak Peningkatan GTV dan Pendapatan Grup***

- *GTV tumbuh 39% dibandingkan tahun sebelumnya, mencapai Rp150,5 triliun*
- *Pendapatan bruto tumbuh 45% dibandingkan tahun sebelumnya, mencapai Rp5,5 triliun*
- *Margin kontribusi dan EBITDA yang disesuaikan sebagai persentase dari GTV, tumbuh masing-masing 47 basis poin dan 69 basis poin dibandingkan kuartal sebelumnya*
- *Grup menargetkan akan mencapai margin kontribusi positif pada kuartal pertama 2024*
- *On-demand services dan e-commerce ditargetkan akan mencapai margin kontribusi positif masing-masing pada kuartal pertama 2023 dan keempat 2023*

\*\*\*

JAKARTA, 30 AGUSTUS 2022— PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (“Grup GoTo” atau “Perseroan”, BEI: GOTO), ekosistem digital terbesar Indonesia, pada hari ini mengumumkan kinerja keuangan dan operasionalnya untuk kuartal kedua dan semester pertama 2022.

**Andre Soelistyo, Direktur Utama Grup GoTo** menjelaskan, “Pada kuartal kedua, Perseroan terus fokus pada pertumbuhan bisnis yang berkualitas dan berkesinambungan. Nilai transaksi bruto (GTV) dan pendapatan bruto Perseroan terus tumbuh, jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Margin bisnis juga membaik, dibandingkan dengan kuartal sebelumnya. Tren pertumbuhan ini semakin mendorong percepatan langkah kami menuju profitabilitas. Lebih jauh, strategi Perseroan untuk mengedepankan diferensiasi produk serta bergeser dari bisnis berbasis insentif, membuahkan hasil yang baik. Sejak implementasi strategi tersebut, penggunaan lintas platform meningkat serta memberikan ruang untuk menajamkan fokus, meningkatkan jumlah pelanggan setia dengan monetisasi bernilai tinggi.

“Di tengah tantangan makroekonomi yang masih berlanjut, kami memperkokoh kepemimpinan di Indonesia, memperluas keragaman dan pendalaman ekosistem untuk terus mengembangkan bisnis. Secara keseluruhan, industri ini akan terus beradaptasi di tengah perubahan yang sangat cepat. Memahami situasi tersebut, GoTo akan terus mengimplementasikan efisiensi biaya dan mendorong sinergi optimal dalam ekosistem.”

**Jacky Lo, Direktur Keuangan Grup GoTo** menjelaskan, “Kinerja kuat kami di kuartal kedua tahun 2022 telah menghasilkan pertumbuhan pendapatan dengan struktur biaya yang lebih optimal. Kami berhasil meningkatkan pertumbuhan GTV, pendapatan bruto serta margin keuangan, di tengah kondisi geopolitik dan makroekonomi yang menantang, dampak sistemik dari pandemi COVID-19 serta dampak musiman dari periode Ramadan. Ke depannya, kami akan terus mengoptimalkan berbagai beban usaha, dengan dukungan kinerja yang baik, sebagai hasil investasi kami melakukan integrasi lintas platform dan dalam ekosistem. Kami berharap tren pertumbuhan bisnis yang positif di seluruh segmen bisnis GoTo akan terus berlanjut, seiring langkah mencapai *break even* sebagai sebuah ekosistem terintegrasi.”

### **Ikhtisar Kinerja Keuangan dan Operasional Grup 2Q22<sup>1</sup>**



- GTV<sup>2</sup> tumbuh 39% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya (*year-on-year*), mencapai Rp150,5 triliun.
- Pendapatan bruto<sup>3</sup> tumbuh 45% *year-on-year* mencapai Rp5,5 triliun.
- Margin kontribusi sebagai persentase GTV tumbuh 47 basis poin dibandingkan kuartal sebelumnya (*quarter-on-quarter*).
- Pengguna bertransaksi setahun dalam dua belas bulan terakhir (LTM ATU)<sup>4</sup> tumbuh 28% *year-on-year* mencapai 67 juta pengguna, dengan nilai belanja rata-rata per pengguna meningkat 17% *year-on-year* untuk periode yang sama.
- Jumlah pesanan tumbuh 34% *year-on-year* mencapai 690 juta pesanan.
- Pada kuartal kedua tahun 2022, rugi EBITDA<sup>5</sup> yang disesuaikan mengecil 14 persen mencapai Rp4,1 triliun, dibandingkan Rp4,8 triliun pada kuartal pertama tahun 2022, dengan demikian Perseroan membukukan perbaikan pada rugi EBITDA yang disesuaikan sebanyak dua kuartal berturut-turut. Pencapaian ini dibandingkan dengan rugi EBITDA disesuaikan sebesar Rp3,9 triliun pada kuartal kedua tahun 2021, di mana perusahaan melakukan konservasi modal dalam rangka integrasi Gojek dan Tokopedia, sehingga Perseroan dapat berinvestasi dalam menumbuhkan integrasi lintas platform, serta mengantisipasi dampak signifikan dari berbagai pembatasan yang disebabkan pandemi COVID-19.

### **Ikhtisar Kinerja Keuangan dan Operasional Grup untuk Periode Enam Bulan yang Berakhir pada 30 Juni 2022**

Pada enam bulan pertama tahun 2022 yang berakhir pada 30 Juni 2022, Perseroan membukukan:

- Pertumbuhan GTV semester pertama mencapai 42% *year-on-year* mencapai Rp290,5 triliun.
- Pertumbuhan pendapatan bruto semester pertama mencapai 49% *year-on-year* mencapai Rp10,7 triliun.
- Pertumbuhan Rugi EBITDA yang disesuaikan pada semester pertama mencapai Rp9,0 triliun, dibandingkan dengan rugi Rp5,8 triliun pada periode yang sama di tahun 2021. Hal ini menggambarkan konservasi modal yang dilakukan Perseroan dalam rangka integrasi Gojek dan Tokopedia, sehingga Perseroan dapat berinvestasi dalam menumbuhkan integrasi lintas platform serta mengantisipasi dampak signifikan dari berbagai pembatasan yang disebabkan pandemi COVID-19.

### **Tinjauan Bisnis Kuartal Kedua 2022**

Kuartal kedua tahun 2022 menampilkan pertumbuhan berkualitas dan berkelanjutan, didukung peningkatan monetisasi, belanja insentif yang lebih efektif, dan pemanfaatan beban operasional secara lebih optimal.

Perseroan membukukan kinerja yang baik untuk GTV dan pendapatan bruto, di mana GTV mencapai batas atas dalam rentang pedoman yang ditetapkan sebelumnya. GTV Grup tumbuh 39% *year-on-year* mencapai Rp150,5 triliun. Melanjutkan momentum dari kuartal sebelumnya, pendapatan bruto menampilkan pertumbuhan lebih cepat dari GTV, membukukan kenaikan 45% *year-on-year* mencapai Rp5,5 triliun. Pertumbuhan pendapatan dan GTV Perseroan terutama didorong oleh perkembangan upaya monetisasi,



termasuk di antaranya pembaruan skema komisi pedagang *e-commerce*, pendapatan komisi dari layanan pesan antar makanan, dan pemulihan pada sektor mobilitas.

Kuartal kedua tahun 2022 cukup berbeda dengan periode yang sama di tahun sebelumnya, antara lain dengan dilonggarkannya pembatasan mobilitas, khususnya pada periode perayaan Idul Fitri. Meski terdapat penurunan aktivitas di sekitar periode libur tersebut, yang disebabkan oleh perjalanan mudik masyarakat, Perseroan tetap mencatatkan penggunaan yang tinggi dari konsumen. Tingkat belanja per pengguna (sebagaimana diukur dari pembagian GTV terhadap ATU) tumbuh 17% *year-on-year*, sementara jumlah ATU tumbuh 28% *year-on-year* mencapai 67 juta pengguna.

Pada kuartal yang sama, Perseroan mencatatkan pertumbuhan penggunaan konsumen, sebagai hasil dari berbagai inisiatif yang mendorong integrasi lintas platform, termasuk peluncuran GoPayCoins sebagai sistem poin penghargaan tunggal bagi konsumen Grup GoTo. Dengan fitur ini, Perseroan berhasil meningkatkan jumlah konsumen lintas platform (yang menggunakan kedua platform Gojek dan Tokopedia) sebesar lebih dari 80% *year-on-year*. Konsumen lintas platform memiliki loyalitas dan melakukan lebih banyak transaksi dibandingkan dengan konsumen yang hanya menggunakan satu platform saja.

Perseroan telah mengurangi jumlah insentif sebagai persentase dari GTV sebanyak 52 basis poin dibandingkan kuartal sebelumnya, di mana, seiring dengan penguatan monetisasi, telah meningkatkan margin kontribusi Grup sebesar 47 basis poin dan bagian margin EBITDA yang disesuaikan sebagai persentase dari GTV meningkat 69 basis poin *quarter-on-quarter*, sehingga mempercepat langkah Perseroan menuju profitabilitas. Kemajuan ini ditopang oleh:

- Peningkatan monetisasi pada segmen *on-demand services* dan *e-commerce*, dengan peningkatan *take rate* sebesar masing-masing 60 basis poin dan 18 basis poin, menjadi 21,6% dan 3,1%. Pertumbuhan ini didorong oleh pembaruan skema *take rate* pedagang dalam bisnis *e-commerce* serta pemberlakuan *platform fee*.
- Pengurangan pada total insentif sebagai persentase dari GTV sebanyak 52 basis poin *quarter-on-quarter* menjadi -3,5%, didukung oleh fokus Perseroan untuk menghasilkan pertumbuhan yang berkualitas.
- Pemanfaatan dana dan model pembelajaran mesin (*machine learning*) yang lebih baik untuk meningkatkan akurasi penargetan iklan serta hasil dari setiap belanja pemasaran dan promosi yang dikeluarkan.
- Sinergi ekosistem, seperti pemanfaatan GoPayCoins yang lebih luas, telah mulai mendorong efisiensi serta peningkatan margin kontribusi per konsumen.

## Ikhtisar Kinerja Keuangan dan Operasional Per Segmen Q222

### On-Demand Services

(dalam Rp triliun, kecuali dinyatakan lain)

#### Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir

30 Juni 2022  
(Aktual)

31 Maret 2021  
(Proforma)

Perubahan  
*Year-on-Year*



### Metrik Operasional

GTV	14,9	11,5	△ 30%
-----	------	------	-------

### Metrik Keuangan

Pendapatan Bruto	3,2	2,3	△ 41%
------------------	-----	-----	-------

Segmen *on-demand* Perseroan menunjukkan tren positif seiring pulihnya sektor mobilitas, serta relaksasi terhadap berbagai pembatasan yang disebabkan pandemi COVID-19. Pendapatan bruto pada kuartal kedua untuk segmen ini mencapai Rp3,2 triliun, tumbuh 41% *year-on-year*. Pertumbuhan terhadap pendapatan bruto melampaui pertumbuhan GTV, yang disebabkan oleh *take rate* yang lebih tinggi, yaitu 173 basis poin lebih tinggi dibandingkan dengan kuartal yang sama pada tahun sebelumnya.

GTV *on-demand services* tumbuh mencapai Rp14,9 triliun pada Q222, tumbuh 30% *year-on-year*. GTV untuk layanan mobilitas (GoRide dan GoCar) tumbuh 80% *year-on-year* dan telah pulih hingga mencapai 86% dari tingkat pra-pandemi, tren positif yang akan berlanjut bersamaan dengan berlanjutnya aktivitas perekonomian dan lalu lintas di seluruh Indonesia.

Dengan semakin meningkatnya aktivitas perkantoran, Perseroan meningkatkan skala bisnis GoCorp, yaitu layanan mobilitas untuk pengguna korporasi. GTV GoCorp meningkat sekitar 2,5 kali lipat dibandingkan kuartal sebelumnya, seiring penambahan jumlah pelanggan baru dan kemitraan yang lebih erat dengan pelanggan setia.

Di tengah periode Ramadan serta tren konsumen kembali berkunjung ke rumah makan, layanan pesan antar makanan tumbuh 17% *year-on-year*. Peningkatan ini khususnya didorong oleh fokus Perseroan pada konsumen setia Perseroan. Perseroan juga telah melaksanakan uji coba berbagai fitur baru, seperti Mode Hemat, untuk menjangkau konsumen yang lebih sensitif terhadap harga.

Untuk meningkatkan layanan bagi mitra pedagang, khususnya layanan pesan antar makanan, Perseroan terus menawarkan gabungan biaya komisi dengan layanan penambah nilai, untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Perseroan juga terus meningkatkan kemampuan teknologi melalui berbagai inisiatif yang memungkinkan Perseroan mengidentifikasi pelanggan dengan loyalitas lebih tinggi, sehingga efisiensi dapat ditingkatkan. Melalui berbagai inisiatif tersebut, Perseroan telah dapat meningkatkan monetisasi pada bisnis pesan antar makanan (GoFood) sebesar lebih dari 195 basis poin *year-on-year*.

Gabungan dari monetisasi dan upaya optimalisasi biaya yang dilakukan Perseroan telah menghasilkan margin kontribusi positif untuk *on-demand services* di Indonesia pada kuartal kedua ini, di mana Perseroan mencatatkan pertumbuhan margin kontribusi sebagai persentase dari GTV sebesar 160 basis poin. Apabila mengecualikan pula dampak dari beban sewaktu yang diakibatkan oleh insentif berbasis saham yang diberikan kepada para mitra pengemudi, peningkatan kontribusi margin *on-demand services* secara *quarter-on-quarter* akan lebih tinggi 356 basis poin.

### E-Commerce



(dalam Rp triliun, kecuali dinyatakan lain)	Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir		Perubahan Year-on-Year
	30 Juni 2022 (Aktual)	31 Maret 2021 (Proforma)	
<b>Metrik Operasional</b>			
GTV	67,3	56,0	△ 20%
<b>Metrik Keuangan</b>			
Pendapatan Bruto	2,1	1,3	△ 59%

Pendapatan bruto segmen *e-commerce* Perseroan tumbuh 59% *year-on-year*, lebih dari dua kali lipat lebih tinggi dibandingkan GTV, seiring Perseroan meningkatkan monetisasinya dan mendapatkan nilai dari berbagai layanan penambah nilai, seperti logistik, iklan, dan perangkat pemasaran tertentu. *Take rate* untuk segmen ini meningkat 76 basis poin dibandingkan tahun sebelumnya, dari 2,4% menjadi 3,1%, didorong skema komisi baru pedagang konsumen-ke-konsumen (C2C), yang telah diluncurkan pada Juni 2022.

*Take rate* segmen *e-commerce* tumbuh 18 basis poin dari kuartal sebelumnya. Perseroan berfokus dalam menyediakan lebih banyak layanan penambah nilai serta skema komisi berjenjang, sehingga hanya kurang dari satu persen pedagang yang tidak berpartisipasi dalam skema komisi yang baru. Pertumbuhan pendapatan dari layanan iklan bertumbuh lebih dari 50% dibandingkan tahun sebelumnya.

Perseroan juga terus memperdalam strategi *hyperlocal*-nya. Hal ini mendorong peningkatan jumlah pesanan pemenuhan (*fulfillment*) di Tokopedia sebesar 2,9 kali lipat *year-on-year*, yang menghasilkan penetrasi 3,6% layanan *fulfillment* dari keseluruhan pesanan barang fisik. Sebagai satu-satunya penyedia layanan *e-commerce* dengan armada pengiriman dari platform *on-demand* terdepan di Indonesia, Perseroan berkomitmen terus menyediakan pengalaman berbelanja *hyperlocal* terbaik. Dengan membuat gudang Tokopedia tersedia dekat, Perseroan akan dapat menyediakan layanan pengiriman yang lebih cepat dan lebih nyaman, mendukung para pedagang dalam pemenuhan pesanan, mendorong perluasan bisnis, dan melahirkan volume pesanan dan penggunaan bagi para mitra pengemudi Perseroan.

Ke depannya, Perseroan telah menyediakan layanan pengiriman *in-house* melalui Dilayani Tokopedia dari tiga *fulfillment hub* Perseroan, yang berhasil mengurangi biaya pengiriman *same day* secara signifikan. Lebih lanjut, kami akan terus mengembangkan skala layanan *fulfillment* dan pengiriman, sebagai sarana utama yang memberikan kami kemampuan memenuhi berbagai kebutuhan konsumen: mulai dari pengiriman cepat dalam 30 menit, pengiriman sampai di hari yang sama, hingga pengiriman reguler.

Perseroan terus mencatatkan pertumbuhan kuat di masing-masing kategori bisnis *e-commerce*. Pemulihan ekonomi meningkatkan penjualan dalam kategori Otomotif dan Fesyen, serta memicu normalisasi pada kategori Kesehatan. Kategori *long tail* seperti *Home & Living*, Makanan dan Minuman, serta Fesyen Ibu, Bayi, dan Anak menunjukkan pertumbuhan pesat, seiring Perseroan mendorong ketersediaan untuk semakin dekat dengan konsumen melalui layanan “Dilayani Tokopedia” serta mendorong akuisisi



pedagang lokal. Perseroan terus meningkatkan monetisasi melalui layanan iklan, serta mengoptimalkan belanja pemasaran dan promosi, yang secara khusus didorong oleh optimalisasi akuisisi pelanggan dan reaktivasi pelanggan tidak aktif melalui rasionalisasi manfaat serta distribusi *cashback* yang lebih baik. Dengan langkah-langkah tersebut, bagian margin kontribusi sebagai persentase dari GTV untuk segmen *e-commerce* meningkat 65 basis poin *quarter-on-quarter*.

### **Financial Technology Services<sup>6</sup>**

<i>(dalam Rp triliun, kecuali dinyatakan lain)</i>	Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir		Perubahan Year-on-Year
	30 Juni 2022 (Aktual)	31 Maret 2021 (Proforma)	
<b>Metrik Operasional</b>			
GTV	87,3	46,8	△ 87%
<b>Metrik Keuangan</b>			
Pendapatan Bruto	0,4	0,3	△ 54%

Bisnis *financial technology services* Perseroan melanjutkan momentum pertumbuhannya sepanjang kuartal kedua tahun 2022. GTV dan pendapatan bruto segmen ini tumbuh signifikan didorong oleh:

- Berlanjutnya penetrasi GoPay di seluruh ekosistem Grup GoTo, bersamaan dengan tersedianya GoPay Coins di seluruh ekosistem Perseroan;
- Akuisisi pedagang dengan pertumbuhan tinggi yang bersamaan dengan pertumbuhan dari pedagang yang sudah ada.

Sebagai hasilnya, GTV segmen *financial technology services* Perseroan tumbuh 87% *year-on-year* pada kuartal kedua. Pendapatan bruto untuk segmen ini juga mencatatkan pertumbuhan kuat, sebesar 54% *year-on-year*, dengan *take rate* yang stabil.

Pada kuartal ini, tingkat penetrasi pengguna GoPay mencapai titik tertingginya dan 52% dari pengguna ekosistem memanfaatkan GoPay sebagai salah satu metode pembayaran mereka di Tokopedia. Pencapaian ini merupakan salah satu bentuk monetisasi Perseroan yang terus meningkat lebih jauh, di mana konsumen yang menggunakan GoPay di Tokopedia cenderung berbelanja lebih dari dua kali lipat lebih banyak dari konsumen yang menggunakan metode pembayaran lainnya. Hal ini berdampak positif pada nilai kesetiaan konsumen di dalam platform, di mana retensi rata-rata antarbulan di Tokopedia telah meningkat hingga mencapai 82% pada kuartal ini.

Perseroan terus mengembangkan produk dan layanan segmen *financial technology services* untuk dapat melayani konsumen dengan lebih baik di dalam ekosistem Perseroan yang semakin bertumbuh. Perseroan juga telah meluncurkan uji coba layanan GoPayLater dengan pembayaran secara cicilan. Bertujuan untuk memperbesar cakupan layanan GoPayLater, layanan baru ini memberi kemudahan bagi konsumen untuk



berbelanja barang-barang dengan nilai yang lebih besar di Tokopedia dan membayar dengan metode cicilan.

## Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (ESG)

Sebagai bagian dari komitmen Grup GoTo untuk menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan, Perseroan terus mengintegrasikan praktik terbaik ESG dalam struktur tata kelola dan kegiatan operasional Perseroan. Dampak positif dari segala upaya yang dilakukan Perseroan selama kuartal ini mencakup:

- Penerbitan Laporan Keberlanjutan Grup untuk pertama kali, yang mencakup kinerja Gojek, Tokopedia, dan GoTo Financial, dalam seluruh topik ESG. Laporan telah mendapatkan jaminan terbatas dari pihak ketiga dan patuh terhadap kewajiban pelaporan nasional serta standar internasional.
- Penggantian 80% dari kemasan dengan 100% materi daur ulang berstandar FSC di pusat *fulfillment* Tokopedia. Sebagai hasilnya, Perseroan dapat mengurangi beban operasional pada pusat pemenuhan yang berpartisipasi.
- Memperbesar skala fitur saling hapus dampak karbon (*carbon offset*) pada seluruh layanan transportasi Gojek, yang telah menghasilkan nilai hapus sebesar Rp2,8 miliar dalam lima bulan pertama peluncuran.
- Melampaui target tahun 2022 sebesar satu juta kilometer perjalanan menggunakan kendaraan listrik di dalam platform Gojek melalui Electrum.
- Meluncurkan GoTransit sebagai bagian dari upaya mengurangi dampak emisi Perseroan di dalam ekosistemnya. GoTransit memfasilitasi konsumen untuk memanfaatkan layanan transportasi publik untuk perjalanan awal (*first mile*) dan akhir (*last mile*).
- Mengganti sumber listrik di seluruh kantor pusat GoTo dengan sumber daya yang dapat diperbarui.
- Meluncurkan bentuk pertama dari layanan pinjaman dan simpanan untuk mitra pengemudi, dengan tingkat partisipasi lebih dari 220.000 mitra pengemudi pada paruh pertama tahun 2022.
- Menyelesaikan pemberian modul terkait keberlanjutan kepada lebih dari 20.000 pedagang di seluruh platform Gojek dan Tokopedia, serta penyediaan 11.000 pinjaman kepada mitra pedagang baru Tokopedia yang berasal dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

## Pedoman Kinerja Perseroan

Prioritas Perseroan adalah untuk mempercepat langkah menuju profitabilitas, di mana kelanjutan peningkatan yang bertahap dalam margin kontribusi dan EBITDA disesuaikan, diharapkan akan terjadi pada kuartal-kuartal ke depan. Hal ini akan diupayakan dengan oleh tingkat *take rate* yang membaik, rasionalisasi beban pemasaran, serta identifikasi dan retensi konsumen setia.

Untuk kuartal ketiga tahun 2022, Perseroan menetapkan pedoman kinerja sebagai berikut:

- GTV kuartalan dalam rentang Rp151 triliun hingga Rp156 triliun.
- Pendapatan bruto kuartalan dalam rentang Rp5,7 triliun hingga Rp6,0 triliun.
- Margin kontribusi sebagai persentase GTV kuartalan dalam rentang -1,3% hingga -1,2%.



Untuk target pencapaian impas (*breakeven*) margin kontribusi, Perseroan menetapkan pedoman kinerja sebagai berikut:

- Margin kontribusi Grup GoTo menjadi positif mulai pada kuartal pertama tahun 2024.
- Margin kontribusi segmen *on-demand service* menjadi positif pada kuartal pertama tahun 2023.
- Margin kontribusi segmen *e-commerce* menjadi positif pada kuartal keempat tahun 2023.

Pedoman di atas ditetapkan berdasarkan kondisi pasar pada saat ini dan mencerminkan estimasi pendahuluan Perseroan, yang keseluruhannya bergantung pada berbagai ketidakpastian, termasuk yang terkait dengan dampak dari pandemi COVID-19.

- SELESAI -



## Ikhtisar Metrik Kinerja Keuangan dan Operasional Utama

Dalam Rp juta, kecuali dinyatakan lain

	Untuk Periode Tiga Bulan yang Berakhir		Untuk Periode Enam Bulan yang Berakhir	
	30 Juni 2022 (Aktual)	30 Juni 2021 (Proforma)	30 Juni 2022 (Aktual)	30 Juni 2021 (Proforma)
<b>Metrik Operasional</b>				
<b>LTM ATU (juta)</b>	67,2	52,7	67,2	52,7
<b>Pesanan (juta)</b>	690	515	1.346	982
<b>GTV</b>	150.536.495	108.044.156	290.534.777	204.252.894
- <i>On-demand Services</i>	14.940.661	11.525.206	29.828.317	21.882.484
- <i>E-commerce</i>	67.343.402	55.952.675	132.478.307	106.972.685
- <i>Financial Technology Services</i>	87.317.367	46.761.075	164.767.670	87.298.650
- Seluruh Segmen Lainnya	338.232	-	351.722	.
- Eliminasi	(19.403.168)	(6.194.800)	(36.891.239)	(11.900.925)
<b>Metrik Keuangan</b>				
<b>Pendapatan Bruto</b>	5.506.983	3.786.694	10.738.427	7.193.010
- <i>On-demand Services</i>	3.228.665	2.291.493	6.355.859	4.326.265
- <i>E-commerce</i>	2.098.277	1.315.543	4.011.268	2.569.633
- <i>Financial Technology Services</i>	401.321	260.039	759.438	501.222
- Seluruh Segmen Lainnya	238.750	98.121	245.375	248.154
- Penyesuaian dan Eliminasi	(460.030)	(178.502)	(633.513)	(452.264)
<b>Pendapatan Bersih</b>	1.902.617	1.164.393	3.399.988	2.582.324
<b>Margin Kontribusi<sup>7</sup></b>	(2.023.415)	(2.160.782)	(4.560.086)	(2,751.629)
<b>EBITDA yang Disesuaikan</b>	(4.143.395)	(3.901.272)	(8.957.148)	(5.801.041)



## Catatan Redaksi

- <sup>1</sup> Perbandingan dilakukan terhadap metrik kinerja keuangan dan operasional proforma untuk kuartal kedua tahun 2021 (2Q21), yang diperoleh dari laporan keuangan konsolidasian historis yang diaudit dan tidak diaudit untuk Grup GoTo dan Tokopedia, dan penyesuaian dan asumsi tersebut telah dibuat untuk Grup setelah memperhitungkan dampak dari akuisisi Tokopedia. Informasi yang disajikan hanya untuk tujuan ilustrasi semata dan tidak menjadi indikasi posisi keuangan atau hasil operasi Perusahaan yang mungkin telah diperoleh atau untuk periode depan manapun.
- <sup>2</sup> “GTV” adalah nilai transaksi bruto (*gross transaction value*), sebuah indikator kinerja yang mewakili:
  - jumlah nilai transaksi dari *on-demand services*;
  - jumlah nilai produk dan jasa yang dibukukan dari segmen *e-commerce* kami;
  - jumlah volume pembayaran, atau TPV (*total payments volume*) yang diproses melalui platform *financial technology services* kami;
  - dan tidak memperhitungkan nilai dari transaksi yang terjadi antar entitas di dalam Grup GoTo yang dihapuskan pada saat dikonsolidasi.
- <sup>3</sup> “Pendapatan bruto” merupakan nilai rupiah yang dapat diatribusikan kepada Grup GoTo dari setiap transaksi, tanpa ada penyesuaian untuk insentif yang dibayarkan kepada mitra pengemudi dan pedagang atau promosi kepada pengguna akhir, sepanjang periode pengukuran. Untuk rekonsiliasi dari pendapatan bersih ke pendapatan bruto, silakan merujuk pada bagian “Informasi Kinerja Keuangan Tidak Diaudit” dan “Pengukuran Kinerja Keuangan Non-PSAK”
- <sup>4</sup> “LTM ATU” (*last twelve months annual transacting users*) adalah pengguna unik yang bertransaksi dalam dua belas bulan berjalan terakhir.
- <sup>5</sup> Grup GoTo menghitung EBITDA yang disesuaikan, yang merupakan ukuran keuangan non-PSAK, dimulai dengan rugi sebelum pajak penghasilan dan menambahkan kembali (i) biaya bunga; (ii) beban penyusutan dan amortisasi; (iii) kerugian penurunan nilai aset tidak lancar dan aset atas kelompok lepasan yang dimiliki untuk dijual; (iv) kerugian/(pembalikan) atas penurunan nilai investasi pada entitas asosiasi; (v) kerugian atas penurunan nilai *goodwill*; (vi) kerugian penurunan nilai aset tak berwujud dan aset tetap; (vii) biaya kompensasi berbasis saham; (viii) penyesuaian nilai wajar instrumen keuangan; dan (ix) item-item khusus serta mengurangi penghasilan keuangan.
- <sup>6</sup> GTV dan pendapatan bruto untuk segmen *financial technology services* untuk kuartal kedua tahun 2021, dan kuartal pertama tahun 2021 khusus pada bagian ini tidak memperhitungkan GTV dan pendapatan bruto dari aset yang telah divestasi Perusahaan pada tahun 2021.
- <sup>7</sup> Margin kontribusi dihitung dengan mengurangi pendapatan bersih dengan berbagai beban variabel.

## 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.

## Informasi Berwawasan ke Depan (*Forward-Looking Information*)

Dokumen ini mungkin mengandung informasi atau pernyataan berwawasan ke depan (selanjutnya secara bersama-sama disebut “*forward-looking information*”). Seluruh informasi yang terkandung dalam dokumen ini yang secara jelas bukan termasuk informasi historis atau yang harus bergantung pada kejadian di masa depan atau selanjutnya adalah *forward-looking information* yang dipersiapkan sampai dengan tanggal dokumen ini dan didasarkan pada opini dan estimasi manajemen dan informasi yang tersedia untuk manajemen sampai dengan tanggal dokumen ini. Dalam kasus tertentu, *forward-looking information* dapat dikenali dengan penggunaan istilah berwawasan ke depan seperti “harapkan”, “mungkin”, “dapat”, “akan”, “harus”, “bertekad”, “mengantisipasi”, “berpotensi”, “mengajukan”, “memperkirakan”, dan kata-kata, ekspresi, atau frasa serupa, termasuk juga variasi-variasinya dalam bentuk negatif atau tata bahasa tertentu, atau pernyataan bahwa kejadian tertentu “dapat” atau “akan” terjadi, atau pada saat mendiskusikan strategi. *Forward-looking information* didasarkan pada sejumlah ekspektasi internal, estimasi, proyeksi, dan asumsi saat ini, serta keyakinan bahwa, di mana dipandang wajar oleh manajemen, secara inheren bergantung pada ketidakpastian dan kontinjensi bisnis, ekonomi, kompetitif, atau lainnya. *Forward-looking information* bukan merupakan jaminan kinerja di masa yang akan datang dan melibatkan risiko yang sudah dan belum diketahui, ketidakpastian, serta faktor-faktor lain (termasuk risiko dan ketidakpastian yang terdapat



dalam laporan keuangan Perusahaan dan Pembahasan dan Analisis Manajemen yang tersedia melalui situs web Perusahaan), yang mungkin mengakibatkan hasil, kinerja, atau pencapaian aktual menjadi berbeda secara material dari hasil, kinerja, atau pencapaian masa depan yang dipaparkan atau tersirat oleh *forward-looking information* tersebut. Segala estimasi, strategi investasi, atau pandangan yang dicantumkan di dalam dokumen ini adalah berdasarkan kondisi pasar pada saat ini, dan/atau informasi yang disediakan oleh pihak ketiga yang tidak terafiliasi, dan dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu. Sepanjang informasi tertentu dalam dokumen ini diperoleh dari sumber pihak ketiga, Perusahaan belum melakukan verifikasi informasi tersebut secara independen, dan terdapat risiko bahwa asumsi yang dibuat dan simpulan yang diambil oleh Perusahaan berdasarkan informasi tersebut tidak akurat. Kecuali diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan, Perusahaan menyangkal adanya tanggung jawab apa pun untuk memperbarui informasi atau melakukan revisi terhadap *forward-looking information* apa pun, baik sebagai akibat dari adanya informasi atau kejadian baru, atau lainnya. Pembaca diminta untuk berhati-hati dengan tidak bergantung secara tidak wajar pada *forward-looking information* tersebut.

### **Pengukuran Keuangan Non-PSAK**

Sebagai pelengkap dari laporan keuangan konsolidasian Grup GoTo, yang disusun dan disajikan sesuai dengan PSAK di Indonesia, Grup GoTo menggunakan pengukuran keuangan non-PSAK berikut termasuk pendapatan bruto, margin kontribusi dan EBITDA yang disesuaikan, untuk memahami dan mengevaluasi kinerja operasional utama Grup GoTo. Namun, definisi pengukuran keuangan non-PSAK Grup GoTo mungkin berbeda dari yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan lain, dan karena itu, mungkin tidak dapat saling dibandingkan. Selanjutnya, pengukuran keuangan non-PSAK ini memiliki keterbatasan tertentu karena tidak memasukkan dampak dari biaya-biaya tertentu yang tercermin dalam laporan keuangan konsolidasian Grup GoTo yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan usahanya. Dengan demikian, pengukuran keuangan non-PSAK ini harus dipertimbangkan sebagai informasi tambahan, bukan sebagai pengganti, atau terpisah dari, pengukuran yang disusun sesuai dengan PSAK.

Pengukuran non-PSAK ini tidak ditujukan untuk menggantikan penyajian hasil keuangan Grup GoTo yang sesuai dengan PSAK. Namun, Grup GoTo meyakini bahwa penyajian EBITDA yang disesuaikan memberikan informasi tambahan kepada para investor untuk memudahkan perbandingan kinerja masa lalu dan kini, di luar item-item yang Grup GoTo yakini tidak menjadi indikasi dari kegiatan operasional yang sedang berlangsung dikarenakan besaran dan/atau sifat dari item-item tersebut. Selanjutnya, Grup GoTo juga menyajikan Margin Kontribusi yang dapat memberikan informasi tambahan kepada para investor terkait dengan hasil yang tidak termasuk beban non-variabel dan penghasilan/ beban lain-lain. Margin kontribusi dan EBITDA yang disesuaikan yang disajikan berikut ini belum tentu dapat dibandingkan dengan pengukuran dengan istilah serupa yang disajikan oleh perusahaan-perusahaan lain, yang mungkin menggunakan dan menentukan pengukuran ini secara berbeda. Dikarenakan alasan tersebut, sebaiknya tidak membandingkan pengukuran non-PSAK ini dengan pengukuran yang disajikan oleh perusahaan-perusahaan lain.

### **Informasi Keuangan Tidak Diaudit dan Informasi Keuangan Proforma**

Grup GoTo menyajikan informasi proforma laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lain konsolidasian apabila Tokopedia telah terkonsolidasi untuk keseluruhan periode yang disajikan di dalam Siaran Pers ini. Laporan proforma laba rugi dan penghasilan komprehensif lain konsolidasian telah disusun berdasarkan informasi keuangan historis gabungan Grup GoTo, namun tidak termasuk informasi keuangan antar entitas di dalam Grup GoTo yang dieliminasi pada saat proses konsolidasi. Laporan proforma laba rugi dan penghasilan komprehensif lain konsolidasian tidak dapat diartikan sebagai kinerja keuangan atau hasil operasional Grup GoTo yang lengkap jika transaksi akuisisi telah diselesaikan pada dan untuk periode yang disajikan. Selain itu, informasi proforma tersebut disajikan hanya dengan tujuan untuk memberikan ilustrasi dan informasi serta tidak dapat menjadi indikasi atas hasil operasional atau kondisi keuangan Grup GoTo di masa mendatang sebagai perusahaan terbuka. Informasi keuangan proforma yang terdapat dalam Siaran Pers ini telah disiapkan dan menjadi tanggung jawab dari manajemen. Informasi proforma ini tidak diaudit, direviu, diperiksa, atau diterapkan prosedur apa pun sehubungan dengan informasi keuangan proforma yang terdapat dalam Siaran Pers ini. Dengan demikian, tidak terdapat opini atau bentuk keyakinan lainnya sehubungan dengan dan seluruh informasi keuangan proforma yang disajikan dalam Siaran Pers ini. Informasi keuangan proforma yang termasuk dalam Siaran Pers ini (i) disajikan berdasarkan informasi yang tersedia saat ini dan perkiraan serta asumsi yang diyakini oleh manajemen Grup GoTo dianggap wajar pada tanggal diterbitkannya Siaran Pers ini; (ii) diperuntukkan hanya dengan tujuan untuk penyajian informasi; dan (iii) tidak mencerminkan semua keputusan yang diberlakukan oleh Grup GoTo setelah akuisisi. Walaupun informasi keuangan proforma sangat berguna dalam menampilkan karakteristik keuangan entitas-entitas secara konsolidasian, hal ini tidak dimaksudkan untuk



mengilustrasikan bagaimana kinerja aktual entitas-entitas tersebut secara konsolidasian jika akuisisi Tokopedia telah benar-benar terjadi pada tanggal akuisisi yang disajikan atau untuk memproyeksikan hasil operasional atau posisi keuangan untuk setiap tanggal atau periode di masa mendatang.

Selain itu, Grup GoTo juga menyajikan hasil untuk periode-periode tiga bulan yang berakhir pada 30 Juni 2022 dan 2021 dalam Siaran Pers ini. Informasi ini diambil dari laporan keuangan konsolidasian Perusahaan pada tanggal 30 Juni 2022 dan untuk periode enam bulan yang berakhir pada 30 Juni 2022 dan 2021 yang tidak direviu dan tidak diaudit. Laporan keuangan konsolidasian pada tanggal 30 Juni 2022 dan untuk periode enam bulan yang berakhir pada 30 Juni 2022 dan 2021 telah disusun dan menjadi tanggung jawab dari manajemen. Informasi keuangan konsolidasian untuk periode enam bulan yang berakhir pada 30 Juni 2022 dan 2021 yang ada di dalam Siaran Pers ini tidak diaudit, tidak direviu, tidak diperiksa atau diaplikasikan oleh prosedur apapun. Dikarenakan hal ini, tidak ada opini atau bentuk asurans apapun yang diekspresikan terkait dengan informasi keuangan interim ini dan semua informasi untuk periode enam bulan yang berakhir pada 30 Juni 2022 dan 2021 yang disajikan dalam Siaran Pers ini.

**Kontak:**

Untuk keterangan **media** lebih lanjut, hubungi:  
Corporate Affairs, Grup GoTo (corporate.affairs@gotocompany.com)

Untuk pertanyaan **investor dan analis**, hubungi:  
Investor Relations, Grup GoTo (ir@gotocompany.com)  
The Piacente Group, Inc. (goto@thepiacentegroup.com)