



GoTo Group Reports Third Quarter 2022 Financial Results
Profitability accelerates as contribution margin significantly exceeds guidance,
with On-demand Services turning positive at the end of the quarter

- On-demand Services segment turned contribution margin positive in September
- Group contribution margin improved by 43% YoY and 41% QoQ, significantly beating guidance
- GTV up 33% year on year to Rp161 trillion, beating guidance
- Gross revenue up 30% year on year to Rp5.9 trillion, above middle point of guidance range
- Adjusted EBITDA loss narrowed by 11% YoY and 10% QoQ to Rp3.7 trillion

Jakarta, Indonesia, November 21, 2022 – PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (IDX: GOTO, “GoTo Group” or the “Company”), the largest digital ecosystem in Indonesia, today announced its financial results for the third quarter of 2022.

Andre Soelistyo, GoTo Group CEO, said: “We had a strong third quarter, rapidly accelerating our path to profitability as revenues grew and adjusted EBITDA losses narrowed. Group contribution margin significantly exceeded the guidance we shared last quarter and we achieved positive contribution margin for our On-Demand Services in September - well ahead of schedule. These gains were driven by our product-led focus on high quality users, alongside our disciplined approach to cost management. The ongoing expansion of GoPay Coins is a good example of this, as it allows us to rationalize promotional spending while spurring sustainable growth by rewarding users who utilize our services the most.

“The improved margins have not come at the expense of top line growth, demonstrating the resilience of our business and the relative strength of the Indonesian economy. The financial and operational results we achieved in the third quarter provide reassurance that we can accelerate even faster towards profitability, and we will continue to play to our strengths as the largest digital ecosystem in Indonesia.”

Jacky Lo, GoTo Group CFO, said: “Robust results in the third quarter of 2022 illustrate GoTo’s growth momentum and the strength of our model. We have taken steps to embed structural efficiencies into our operations, enhancing our ability to deliver on our growth and profitability targets. As a result, we have seen ongoing sequential improvements. GTV grew 33% year on year to Rp161 trillion and gross revenues were up 30% year on year to Rp5.9 trillion, while Group adjusted EBITDA improved by 44 basis points quarter on quarter.

“Global macro uncertainties driven by rising inflation, interest rates and fuel and energy prices, mean it is prudent to continue our focus on cost optimization across the business. Throughout the third quarter, we reduced incentives, eliminated promotional spend on cohorts of unprofitable users, further reduced product marketing spend and continued to develop a program of structural cost savings as we equip our business for the road that lies ahead.”

3Q22¹ Group Financial and Operational Highlights

- Contribution margin as a percentage of GTV improved by 61 basis points quarter on quarter to -0.7%.
- GTV² grew 33% year on year to Rp161 trillion.
- Gross revenue³ increased by 30% year on year to Rp5.9 trillion.
- LTM annual transacting users (ATU)⁴ grew 20%, with average spend per user up 18%, and user transaction frequency increasing by 13%, all year on year.
- Total quarterly orders grew by 28% year on year to 693 million.
- Adjusted EBITDA⁵ loss narrowed by 10% quarter on quarter to Rp3.7 trillion from Rp4.1 trillion in 2Q22, marking the third consecutive quarter of improved adjusted EBITDA loss. This represents a YoY narrowing of 11% against a Rp4.2 trillion Adjusted EBITDA loss in 3Q21.



Summary of Key Financial and Operational Metrics
(Rp millions, unless otherwise stated)

	For the three months ended		For the nine months ended	
	September 30, 2022 (Actual)	September 30, 2021 (Actual)	September 30, 2022 (Actual)	September 30, 2021 (Pro Forma)
Operating Metrics				
LTM ATU (millions)	67	55	67	55
Orders (millions)	693	542	2,039	1,524
GTV	160,940,183	120,685,279	451,474,960	324,938,173
- On-demand Services	15,682,251	12,631,616	45,510,568	34,514,100
- E-commerce	69,879,113	60,736,908	202,357,420	167,709,593
- Financial Technology Services	97,097,244	54,702,611	261,864,914	142,001,261
- All Other Segments	219,787	0	571,509	0
- Eliminations	(21,938,212)	(7,385,856)	(58,829,451)	(19,286,781)
Financial Metrics				
Gross Revenue	5,891,605	4,518,071	16,630,032	11,711,0813
- On-demand Services	3,479,765	2,659,283	9,835,624	6,985,548
- E-commerce	2,223,844	1,752,442	6,235,112	4,322,075
- Financial Technology Services	433,352	293,300	1,192,790	794,522
- All Other Segments	30,982	22,761	276,357	270,915
- Adjustments and Eliminations	(276,338)	(209,715)	(909,851)	(661,979)
Net Revenues	4,568,903	1,443,329	7,968,891	4,025,653
Contribution Margin ⁶	(1,186,104)	(2,073,017)	(5,746,190)	(4,824,646)
Adjusted EBITDA	(3,713,466)	(4,175,377)	(12,670,614)	(9,976,418)



3Q22 Business Overview

In the third quarter of 2022, we continued to drive monetization, incentive optimization and cost reductions, making strong progress toward profitability. Despite challenging macroeconomic conditions, third quarter 2022 GTV increased by 33% year on year and 7% quarter on quarter or 69 basis points, to Rp161 trillion, exceeding our guidance. In addition, gross revenue grew by 30% year on year and 7% quarter on quarter to reach Rp5.9 trillion, above the midpoint of our guidance range.

Behind our strong performance was a focus on high-quality users, including key product innovations like GoPay Coins, our unified rewards currency, that enables customers to earn, redeem and spend points for any transaction within the GoTo ecosystem. GoPay Coins was rolled out across the whole ecosystem at the end of June and has yielded promising results. Approximately 21% of our annual transacting user base have been issued with GoPay Coins. To date, the increased utilization of GoPay Coins has demonstrated 2.3x higher conversion for cross-platform user acquisition compared to other incentives, and lowered customer acquisition costs by 20% compared with standalone platform incentives.

We have also made further progress on product-led initiatives that aim to deepen user engagement across the GoTo ecosystem. GoTo Plus, our pilot subscription program announced last quarter, has achieved over 50k subscribers within a short period. Based on preliminary data, Plus subscribers transact and spend more than 5x compared to non-subscribers to date.

Growth in monetization, coupled with efficiency in incentives and promotional spending, resulted in contribution margin for On Demand Services turning positive in September and Group contribution margin improving faster than anticipated, beating guidance by 46 basis points quarter on quarter to reach -0.7% of our total GTV. This is the third consecutive quarter with sequential improvement in contribution margin.

Group adjusted EBITDA as a percentage of GTV improved by 44 basis points in the third quarter of 2022 to -2.3% from -2.8% in the second quarter of 2022.

Contributing to this were further cost savings through previously introduced workstreams and initiatives, which together with ongoing business-as-usual procurement initiatives, amounted to Rp 269 billion in savings year to date, including Rp 144 billion in operating expenses.

3Q22 Segment Financial and Operational Highlights

On-demand Services

(IDR in Trillions, unless otherwise stated)	3Q22	3Q21	YoY % change
Operating metrics			
GTV	15.7	12.6	24%
Financial Metrics			
Gross Revenue	3.5	2.7	31%

On-demand services have been a key driver for overall growth in the third quarter on the back of continued improvement in mobility services, driven by the return to office and back-to-school demand. Third quarter gross revenue grew 31% year on year, with our gross revenue growth rate again exceeding that of GTV in the third quarter. This is mainly attributable to a higher take rate as we intensified our efforts on merchant-funded incentives and refined voucher targeting.



On-demand services GTV grew to Rp15.7 trillion in the third quarter of 2022, representing an increase of 24% year on year, of which mobility GTV recorded an increase of 111% year on year, having recovered to 94% of pre-COVID-19 levels. We see the upward trend continuing into the fourth quarter despite macro headwinds, and have released a variety of foundational products that deliver more value and convenience to customers. These include the GoRide Hemat service in mobility to provide a more economical option for riders in select cities in Indonesia. GoFood Hemat provides free or lower shipping for food orders within a 2km radius if users are willing to wait longer, while maintaining food quality.

Our GoTransit offering, in partnership with KCI, Indonesia's largest public transportation operator, allows customers to purchase KCI tickets through the Gojek app and has seen strong adoption since launching in June this year. GoTransit has quickly grown to become the market leader in online ticket sales, commanding 74% of KCI's digital ticketing as of end-September. In addition, GoCorp B2B offerings continued to scale, with GTV increasing 2.3 times quarter on quarter, driven by a growing number of people returning to the office. Monetization efforts continued to make meaningful progress with the scaling of premium services and increased platform fees in mobility and increased take rates from renegotiated merchant commissions and platform fees in the food business.

For our food business, average basket sizes remained stable, a significant feat given more people are now dining out, indicating the platform's resilience as well as changing long-term consumer habits.

As a result of efforts to reduce incentives and product marketing spend on our food business, On-demand Services contribution margin turned positive in September, achieving 86% quarter on quarter improvement to -0.5% as a percentage of GTV, over the course of the quarter.

E-commerce

(IDR in Trillions, unless otherwise stated)	3Q22	3Q21	YoY % change
Operating metrics			
GTV	69.9	60.7	15%
Financial Metrics			
Gross Revenue	2.2	1.8	27%

E-commerce achieved solid GTV growth of 15% year on year in the third quarter of 2022, despite customer behavior shifting toward more offline activities. Gross revenue growth continued to outpace GTV growth, up 27% year on year. This was driven by an increased C2C take rate as we implemented a new commission scheme for C2C merchants, the introduction of platform fees in July, and the strong adoption of value-added services, including ads and logistics. We also improved contribution margin, augmenting 33 basis points quarter on quarter to -1.1% as a percentage of GTV in the third quarter.

Due to improved monetization, C2C take rates improved by 31 basis points quarter on quarter. Further, incentives have been reduced by a spending cap that eliminates promotional spending on cohorts of unprofitable users.

Looking ahead, we will remain focused on improving take rates over the long term through bundling higher commissions, platform fees, and merchant-paid promotions with value-added services, including directed advertising and fulfillment services.



Financial Technology Services

(IDR in Trillions, unless otherwise stated)	3Q22	3Q21	YoY % change
Operating metrics			
GTV	97.1	54.7	78%
Financial Metrics			
Gross Revenue	0.4	0.3	48%

The financial technology services business maintained its strong headline growth, with GTV and gross revenue increasing by 78% and 48% year on year, respectively. This is predominantly attributable to our efforts to deepen GoPay e-wallet penetration across the ecosystem and improve user base quality. Closed loop user penetration across Gojek and Tokopedia attained new highs in the third quarter of 2022, with more users using the GoPay e-wallet to transact within the GoTo ecosystem. GoPay user penetration reached 60% on Gojek and 58% on Tokopedia, up 5% and 6% quarter on quarter, respectively. Our merchant payments GTV grew faster than consumer payments, which resulted in a slight decline in the blended take rate..

User quality has continued to improve, with GTV per GoPay user increasing by 47% at the end of the quarter compared with the same period a year ago. This means that the average GoPay user is spending more and doing so with increasing frequency. During the quarter, we also made progress on our consumer lending program. Since we launched our installments lending product, GoPayLater Cicil on Tokopedia in July this year, we have whitelisted approximately four million customers. We will continue to scale our loan book going into 2023, but with caution, given credit cycles and macroeconomic conditions.

Moving forward, we will continue to improve contribution margin through further optimization of promotional expenses while shifting revenue mix to higher margin products, especially in lending, where we continue to test new products, such as cash loans which we began piloting in early October.

Environmental, Social and Governance (ESG)

We continue to invest to ensure we are in line with global and industry best practice when it comes to ESG performance. Outcomes from our third quarter ESG efforts include:

- Achievement of AA rating by MSCI for Company's ESG performance, ranking top of industry globally for climate action, and top quartile for data security, user privacy and labor management.
- Submission of its decarbonization targets to the Science Based Targets Initiative (SBTi), becoming the first technology company in Indonesia and the Southeast Asian region to do so.
- Achieved four million kilometers on two-wheel (2W) electric vehicles (EVs) through Electrum, a joint venture between GoTo and TBS Energi Utama, surpassing our one million target for end of year.
- Launched Tokopedia Hijau - our first e-commerce specific guidelines to support sellers' transition to more sustainable operations, including the reduction of excessive packaging and operational costs.



Company Outlook

The Company remains focused on its path to profitability as its top priority. We expect to see ongoing sequential improvements in both contribution margin and adjusted EBITDA over the coming quarters. This will be driven by improvement in take rates, further rationalization of promotion spend and the identification and retention of high-quality core users.

For the full year 2022, the Company currently expects:

- GTV to be between Rp613 trillion and Rp619 trillion.
- Gross revenue to be between Rp22.6 trillion and Rp23.0 trillion.
- Contribution margin as a percentage of GTV to be between -1.09% and -1.06%, reaching between -0.6% and -0.5% in the fourth quarter.

For the contribution margin break even timeline, the Company reiterates its guidance:

- Group contribution margin to turn positive starting in the first quarter of 2024
- On-demand segment to achieve positive contribution margin by the first quarter of 2023
- E-commerce segment to achieve positive contribution margin by the fourth quarter of 2023

The above outlook is based on the current market conditions and reflects the Company's preliminary estimates, which are all subject to various uncertainties, including those related to the ongoing COVID-19 pandemic.

- end -

About GoTo Group

PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GoTo Group) is the largest digital ecosystem in Indonesia. GoTo's mission is to "empower progress" by offering technology infrastructure and solutions that help everyone to access and thrive in the digital economy. The GoTo ecosystem consists of on-demand services (mobility, food delivery, and logistics), e-commerce (third party marketplaces + official stores, instant commerce, interactive commerce, and rural commerce), and financial technology (payments, financial services, and technology solutions for merchants) through the Gojek, Tokopedia, and GoTo Financial platforms.

Forward-Looking Statements

This document may contain forward-looking information or forward-looking statements (collectively, "forward-looking information"). All information contained in this communication that is not clearly historical in nature or that necessarily depends on future or subsequent events is forward-looking information prepared as of the date hereof and is based upon the opinions and estimates of management and the information available to management as of the date hereof. In some cases, forward-looking information can be identified by the use of forward-looking terminology such as "expect", "likely", "may", "will", "should", "intend", "anticipate", "potential", "proposed", "estimate" and other similar words, expressions and phrases, including negative and grammatical variations thereof, or statements that certain events or conditions "may," or "will" happen, or by discussion of strategy. Forward-looking information is based upon a number of current internal expectations, estimates, projections, assumptions and beliefs that, while considered reasonable by management, are inherently subject to significant business, economic, competitive and other uncertainties and contingencies. Forward-looking information is not a guarantee of future performance and involves known and unknown risks, uncertainties and other factors (including the risks and uncertainties in the Company's financial statements and Management Discussion & Analysis available on the Company's website), that may cause actual results, performance or achievements to be materially different from the future results, performance or achievements expressed or implied by such forward-looking information. Any estimates, investment strategies or views expressed in this document are based upon current market conditions, and/or data and information provided by unaffiliated third parties, and are subject to change without notice. To the extent any information in this document was obtained from third party sources, the Company has not independently verified that information, and there is a risk that the assumptions made and conclusions drawn by the Company based on such information are not accurate. Except as required by law, the Company disclaims any obligation to update or revise any forward-looking information, whether as a result of new information, events or otherwise. Readers are cautioned not to put undue reliance on this forward-looking information.



Non-IFAS Financial Measures

To supplement GoTo Group's consolidated financial statements, which are prepared and presented in accordance with statement of financial accounting standards in Indonesia (IFAS), GoTo Group uses the following non-IFAS financial measures including gross revenues, contribution margin and adjusted EBITDA, to understand and evaluate GoTo Group's core operating performance. However, the definitions of GoTo Group's non-IFAS financial measures may be different from those used by other companies, and therefore, may not be comparable. Furthermore, these non-IFAS financial measures have certain limitations in that they do not include the impact of certain expenses that are reflected in GoTo Group's consolidated financial statements that are necessary to run GoTo Group's business. Thus, these non-IFAS financial measures should be considered in addition to, not as substitutes for, or in isolation from, measures prepared in accordance with IFAS.

These non-IFAS measurements are not intended to replace the presentation of GoTo Group's financial results in accordance with IFAS. Rather, GoTo Group believes that the presentation of Adjusted EBITDA provides additional information to investors to facilitate the comparison of past and present results, excluding those items that GoTo Group does not believe are indicative of GoTo Group's ongoing operations due to their size and/ or nature. In addition, GoTo Group also presented the Contribution Margin that may provide additional information to investors in relation to the results excluding the non-variable expenses and other income/ expenses. Contribution margin and adjusted EBITDA presented herein may not be comparable to similarly entitled measures presented by other companies, who may use and define this measure differently. Accordingly, you should not compare this non-IFAS measure to those presented by other companies.

Unaudited and Pro Forma Financial Information

GoTo Group furnished the pro forma consolidated statement of profit or loss and other comprehensive income as if Tokopedia had been consolidated by GoTo for all the periods presented in this earnings release. The pro forma consolidated statement of profit or loss and other comprehensive income have been prepared based on the Company's combined historical financial information, excluding the amount of historical financial information recognised as intercompany elimination item. Pro forma consolidated statement of profit or loss and other comprehensive income is not intended to be a complete presentation of the GoTo Group's financial performance or results of operations had the transactions been concluded as of and for the periods indicated. In addition, these pro forma information are provided for illustrative and informational purposes only and are not necessarily indicative of the GoTo Group's future results of operations or financial condition as an independent, publicly traded company.

The pro forma financial information included in this document has been prepared by and is the responsibility of management. This pro forma information has not been audited, reviewed, examined, or applied any procedures with respect to the pro forma financial information, included in this document. Accordingly, there are no opinions or any other form of assurance expressed with respect to any and all pro forma financial information presented in this document.

The pro forma financial information included in this document (i) is presented based on currently available information and estimates and assumptions that the GoTo Group's management believes are reasonable as of the issuance date of this document; (ii) is intended for informational purposes only; and (iii) does not reflect all decisions that are undertaken by the GoTo Group after the acquisition.

While the pro forma financial information is helpful in illustrating the financial characteristics of the consolidated companies, it is not intended to illustrate how the consolidated companies would have actually performed if the acquisition of Tokopedia in fact occurred on the date of acquisition or to project the results of operations or financial position for any future date or period.

In addition, GoTo Group also furnished the result for the three months ended and nine months ended September 30, 2022 and 2021 in this document. This information is extracted from the consolidated financial statements of the Company as of September 30, 2022 and for the nine months ended September 30, 2022 and 2021 that has not been reviewed or audited. The consolidated financial statements as of September 30, 2022 and for the nine months ended September 30, 2022 and 2021, have been prepared by and are the responsibility of management. This financial information has not been audited, reviewed, examined, or applied any procedures with respect to the consolidated financial information for the nine months ended September 30, 2022 and 2021, included in this document. Accordingly, there are no opinions or any other form of assurance expressed with respect to any and all interim financial information for the nine months ended September 30, 2022 and 2021 presented in this document.



Operating Metrics

LTM ATU or Last Twelve Months Annual Transacting Users means the number of unique transacting users in the trailing twelve months. GTV or Gross Transaction Value means gross transaction value, an operating measure representing the sum of (i) the value of on-demand services transactions; (ii) the value of e-commerce transactions for product and services; and (iii) the total payments volume processed through our financial technology services, excluding any inter-company transactions.

¹ Comparisons are made against the pro forma financial and operating metrics for the nine months ended September 30, 2021, which were derived from the unaudited consolidated historical financial information of GoTo Group and Tokopedia and certain adjustments and assumptions have been made regarding our Group after giving effect to the acquisition of Tokopedia. Such numbers are presented for illustrative purposes only and may not be an indication of what the Company's financial position or results of operations would have been or for any future periods.

² GTV means gross transaction value, an operating measure representing.

a. the sum of the time value of the transactions from on-demand services.

b. the sum of the value of the product and services recorded on our e-commerce segment.

c. the sum of the total payments volume, or TPV processed through our platform of financial technology services.

d. and excluding amounts from intercompany transactions between entities within the Company that are eliminated upon consolidation.

³ Gross revenue represents the total Rupiah value attributable to GoTo Group from each transaction, without any adjustments for incentives paid to driver-partners and merchant partners or promotions to end-users, over the period of measurement. For a reconciliation of net revenue to gross revenue, please refer to the section "Non-IFAS Financial Reconciliation."

⁴ LTM ATU means trailing twelve months of unique transacting users.

⁵ GoTo Group calculates the adjusted EBITDA, a non-IFAS financial measure, beginning with loss before income tax and adjusting for (i) depreciation and amortization expenses; (ii) finance income; (iii) interest expenses; (iv) loss on impairment of assets of disposal group classified as held for sale; (v) (reversal)/loss on impairment of investment in associates; (vi) loss on impairment of goodwill; (vii) fair value adjustment of financial instruments; (viii) loss on impairment of intangible and fixed assets; (ix) share-based compensation cost (including for the Gotong Royong Program); and (x) non-recurring items.

⁶ GoTo Group calculates the Contribution Margin, a non-IFAS measure, beginning with net revenues and deducting total cost of revenues, a portion of sales and marketing expenses relating to the promotional excess and product marketing and others consists of mainly withholding taxes related to sales and marketing expense and other insignificant expenses

Contacts:

Media

GoTo Group: corporate.affairs@gotocompany.com

FGS Global: GoTo-AP@fgsglobal.com

Investors/analysts

GoTo Group: ir@gotocompany.com

The Piacente Group: goto@thepiacentegroup.com



Grup GoTo Umumkan Kinerja Kuat di Kuartal Ketiga 2022

Pencapaian kinerja Q3 2022 rata-rata melampaui pedoman yang ditentukan Perseroan, mempertegas percepatan langkah menuju profitabilitas

- Total nilai transaksi (GTV) kuartal ketiga tumbuh 33% dibandingkan tahun sebelumnya mencapai Rp161 triliun, lampau pedoman kinerja yang telah ditetapkan.
- Pendapatan bruto kuartal ketiga tumbuh 30% dibandingkan tahun sebelumnya mencapai Rp5,9 triliun, mencapai batas atas pedoman.
- Margin kontribusi Grup pada Q3 2022 lebih baik 43% dibanding tahun sebelumnya dan 41% lebih baik dari kuartal sebelumnya, diatas pedoman.
- Layanan On-Demand mencapai margin kontribusi positif pada bulan September.
- Rugi EBITDA yang disesuaikan sebesar Rp 3,7 triliun mengecil 11% dibandingkan tahun sebelumnya, dan 10% lebih kecil dibanding kuartal sebelumnya.

Jakarta, 21 November 2022—PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (“Grup GoTo” atau “Perseroan”, BEI: GOTO), ekosistem digital terbesar Indonesia, pada hari ini mengumumkan kinerja keuangan dan operasional untuk kuartal ketiga tahun 2022 (3Q22).

Andre Soelistyo, Direktur Utama Grup GoTo menjelaskan, “Kami mencatat kinerja kuat di kuartal ketiga, sehingga mempercepat langkah menuju profitabilitas, seiring dengan pertumbuhan pendapatan dan berkurangnya rugi EBITDA yang disesuaikan. Margin kontribusi secara grup melampaui pedoman yang kami sampaikan kuartal sebelumnya, dengan margin kontribusi positif di segmen *On-Demand Service* tercapai pada bulan September, jauh lebih cepat dibandingkan dengan target. Pencapaian ini didorong oleh fokus kami untuk memberikan produk terbaik kepada pelanggan loyal serta kedisiplinan Perseroan dalam mengelola beban usaha secara efisien. Sebagai contoh, perluasan layanan GoPay Coins secara langsung mendorong rasionalisasi beban promosi sekaligus memberikan apresiasi bagi konsumen yang terus menggunakan layanan GoTo.

“Perbaikan margin usaha sejalan dengan pertumbuhan pendapatan Perseroan, yang menunjukkan resiliensi bisnis kami dan kekuatan perekonomian Indonesia. Capaian kinerja keuangan dan operasional pada kuartal ini menegaskan bahwa Perseroan berada di jalur pertumbuhan yang tepat sebagai ekosistem digital terbesar di Indonesia.”

Jacky Lo, Direktur Keuangan Grup GoTo menjelaskan, “Kinerja kami yang kokoh pada kuartal ketiga tahun 2022 membuktikan momentum pertumbuhan dan kekuatan model bisnis GoTo. Perseroan telah mengambil berbagai langkah untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat pencapaian target-target pertumbuhan dan profitabilitas. Hasilnya, Perseroan mencatatkan pertumbuhan secara konsisten. Total Nilai Transaksi (GTV) tumbuh 33% dibanding tahun sebelumnya mencapai Rp161 triliun, dan pendapatan bruto tumbuh 30% dibanding tahun sebelumnya mencapai Rp5,9 triliun. Pada saat yang sama, EBITDA Grup yang disesuaikan pada kuartal ini tercatat 44 basis poin lebih baik dibanding kuartal sebelumnya.”

“Ketidakpastian kondisi makroekonomi global yang dipicu peningkatan inflasi, suku bunga, harga bahan bakar minyak, dan energi, mendorong Perseroan untuk tetap menerapkan prinsip kehati-hatian, dengan fokus pada optimalisasi beban usaha. Sepanjang kuartal ketiga kami telah mengurangi belanja insentif, menghapus belanja promosi untuk kelompok konsumen nonaktif,



dan terus menurunkan belanja pemasaran serta terus mengoptimalkan pengurangan beban biaya, untuk mendukung fundamental Perseroan.”

Ikhtisar Kinerja Keuangan dan Operasional Grup 3Q22¹

- Rasio margin kontribusi sebagai persentase GTV tumbuh 61 basis poin dibandingkan kuartal sebelumnya (*quarter-on-quarter*) mencapai -0,7%.
- GTV² tumbuh 33% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya (*year-on-year*), mencapai Rp161 triliun.
- Pendapatan bruto³ tumbuh 30% *year-on-year* mencapai Rp5,9 triliun.
- Jumlah pengguna bertransaksi selama 12 bulan terakhir (LTM ATU)⁴ tumbuh 20% *year-on-year*, dengan rata-rata belanja per pengguna meningkat 18%, serta frekuensi transaksi tumbuh 13% *year-on-year*.
- Jumlah pesanan sepanjang kuartal tumbuh 28% *year-on-year* mencapai 693 juta pesanan.
- Pada 3Q22, rugi EBITDA⁵ yang disesuaikan mengecil 10% menjadi Rp3,7 triliun, dibandingkan Rp4,1 triliun pada kuartal sebelumnya, dengan demikian Perseroan membukukan perbaikan pada rugi EBITDA yang disesuaikan sebanyak tiga kuartal berturut-turut. Jumlah ini setara dengan penurunan rugi EBITDA yang disesuaikan sebesar 11% dibandingkan dengan rugi EBITDA yang disesuaikan senilai Rp 4,2 triliun pada kuartal yang sama di tahun sebelumnya.



Tinjauan Bisnis 3Q22

Pada kuartal ketiga tahun 2022, Perseroan secara konsisten mempercepat langkah menuju profitabilitas dengan terus mendorong monetisasi, melakukan efisiensi terhadap belanja insentif, serta mengoptimalkan beban usaha. Walaupun situasi makro ekonomi tetap menantang, GTV pada kuartal ketiga tumbuh 33% *year-on-year* dan 7% *quarter-on-quarter*, atau 69 basis poin mencapai Rp161 triliun, melampaui pedoman kinerja yang Perseroan tetapkan untuk kuartal tersebut. Selain itu, pendapatan bruto tumbuh 30% *year-on-year* dan 7% *quarter-on-quarter* pada kuartal ini, mencapai Rp5,9 triliun, berada pada batas atas pedoman kinerja yang telah ditetapkan.

Fokus Perseroan untuk menjangkau konsumen setia dengan inovasi produk menjadi landasan pertumbuhan kinerja, sebagaimana ditunjukkan oleh GoPay Coins, poin penghargaan tunggal ekosistem Grup GoTo, sehingga konsumen dapat mendapatkan, menukar, dan membelanjakan poin dari dan untuk transaksi di dalam ekosistem Grup GoTo. GoPay Coins tersedia untuk seluruh konsumen pada akhir Juni 2022 dan telah menunjukkan hasil positif. Sekitar 21% dari basis pengguna bertransaksi GoTo telah menerima GoPay Coins. Hingga saat ini, peningkatan penggunaan GoPay Coins telah mendorong akuisisi pelanggan lintas platform sebesar 2,3 kali lebih tinggi, dibanding insentif lain, sekaligus menghemat beban akuisisi pelanggan sebesar 20% dibanding dengan insentif yang hanya bisa digunakan pada satu platform.

Perseroan terus mencatat hasil menjanjikan dari Inovasi produk yang bertujuan mendorong *engagement* pelanggan dalam ekosistem GoTo. Sejak diluncurkan pada kuartal kedua, program langgan kami, GoTo Plus telah mencatatkan lebih dari 50.000 pelanggan dalam waktu singkat. Berdasarkan data awal, nilai transaksi serta frekuensi pembelanjaan pelanggan GoTo Plus tercatat 5 kali lebih tinggi dibanding dengan pelanggan reguler.

Peningkatan monetisasi yang disertai efisiensi di segmen belanja insentif dan promosi menghasilkan margin kontribusi positif bagi segmen *On-Demand Services* pada bulan September, serta mendorong perbaikan margin kontribusi Grup GoTo 46 basis poin *quarter-on-quarter* lebih baik dari perkiraan semula, mencapai -0,7% dari keseluruhan GTV Grup. Kuartal ini merupakan kuartal ketiga secara berturut-turut di mana Perseroan mencatatkan pertumbuhan margin kontribusi secara bertahap.

Rasio EBITDA Grup yang disesuaikan sebagai persentase dari GTV meningkat sebesar 44 basis poin pada kuartal ketiga 2022, mencapai -2,3% dibandingkan -2,8% di kuartal sebelumnya.

Capaian ini juga didukung oleh penghematan beban usaha melalui berbagai alur kerja dan inisiatif yang telah dimulai sejak kuartal sebelumnya. Bersamaan dengan inisiatif terkait pengadaan lainnya, Perseroan mencatatkan penghematan sebesar Rp269 miliar sepanjang tahun berjalan, termasuk penghematan sebesar Rp144 miliar dari beban operasional.



Ikhtisar Kinerja Keuangan dan Operasional Per Segmen 2Q22

On-Demand Services

(dalam Rp triliun, kecuali dinyatakan lain)	Untuk Periode Sembilan Bulan yang Berakhir		Perubahan Year-on-Year
	30 September 2022	30 September 2021	
Metrik Operasional			
GTV	15,7	12,6	24%
Metrik Keuangan			
Pendapatan Bruto	3,5	2,7	31%

Segmen *On-Demand Services* Perseroan terus menjadi kunci pertumbuhan Perseroan pada 3Q22, didorong oleh peningkatan pada layanan mobilitas, termasuk berangsur normalnya kegiatan di sekolah serta tren kembali bekerja di kantor. Pendapatan bruto pada kuartal ketiga tumbuh 31% *year-on-year*, lebih cepat dari pertumbuhan GTV pada kuartal ini. Hal ini didorong oleh *take rate* yang lebih baik yang dihasilkan dari meningkatnya insentif yang dibiayai pedagang (*merchant-funded initiatives*) dan penargetan *voucher* lebih akurat.]]

GTV *On-Demand Services* tumbuh mencapai Rp15,7 triliun pada 3Q22, tumbuh 24% *year-on-year*, di mana pertumbuhan khusus layanan mobilitas tumbuh 111% *year-on-year*, dengan tingkat pemulihan sebesar 94% dari tingkat prapandemi COVID-19. Perseroan berharap tren peningkatan ini berlanjut hingga kuartal keempat, dan telah menghadirkan layanan tambahan, yang meningkatkan kenyamanan serta pilihan bagi pelanggan. Antara lain layanan GoRide Hemat yang memberikan pilihan lebih ekonomis bagi pelanggan di kota-kota tertentu di Indonesia, serta GoFood Hemat yang menawarkan biaya pengiriman lebih murah atau bahkan gratis, untuk pengantaran makanan dengan radius di bawah dua kilometer, jika pengguna bersedia menunggu lebih panjang, tentunya dengan kualitas makanan yang terjaga.

Layanan GoTransit, bekerja sama dengan Kereta Commuter Indonesia (KCI) untuk memudahkan pembelian tiket KCI melalui aplikasi Gojek, diterima dengan baik oleh pelanggan, sejak peluncuran bulan Juni lalu. Dalam waktu singkat, GoTransit telah menjadi pilihan utama untuk penjualan tiket secara *online*, dengan mencatatkan 74% dari keseluruhan penjualan tiket digital KCI per akhir September. Selain itu, Perseroan juga dapat memperbesar skala layanan bisnis-ke-bisnis (B2B) GoCorp, ditunjukkan dengan peningkatan GTV sebesar 2,3 kali *quarter-on-quarter*, disebabkan meningkatnya jumlah karyawan yang kembali bekerja dari kantor. Upaya monetisasi terus berkembang seiring pertumbuhan layanan premium, bersamaan dengan peningkatan biaya platform untuk layanan mobilitas dan *take rate* dari skema komisi *merchant* serta biaya platform pada bisnis pesan antar makanan.

Pada segmen pesan antar makanan, nilai pembelanjaan rata-rata (*average basket size*) tetap stabil meskipun semakin banyak pelanggan yang langsung mengunjungi restoran. Hal ini



menegaskan ketangguhan *platform* serta pergeseran kebiasaan pelanggan secara jangka panjang.

Untuk segmen makanan, langkah perusahaan mengurangi insentif serta biaya pemasaran mendorong margin kontribusi positif untuk *on-demand services* pada bulan September, mencapai 86% peningkatan quarter-on-quarter mencapai -0.5% sebagai persentase dari GTV, selama kuartal tersebut.

E-Commerce

(dalam Rp triliun, kecuali dinyatakan lain)	Untuk Periode Sembilan Bulan yang Berakhir		Perubahan Year-on-Year
	30 September 2022	30 September 2021	
Metrik Operasional			
GTV	69,9	60,7	15%
Metrik Keuangan			
Pendapatan Bruto	2,2	1,8	27%

Segmen *E-Commerce* Perseroan mencatatkan pertumbuhan GTV kuat, yaitu sebesar 15% *year-on-year* pada 3Q22, meski terdapat normalisasi pada aktivitas mobilitas masyarakat menuju aktivitas sosial secara fisik. Pertumbuhan pendapatan bruto segmen ini pada 3Q22 terus melampaui pertumbuhan GTV, meningkat 27% *year-on-year*, didukung *take rate* bisnis konsumen-ke-konsumen (C2C) melalui implementasi skema komisi baru untuk mitra pedagang C2C, peluncuran skema biaya platform baru pada Juli 2022, dan pemanfaatan *value-added service* seperti iklan dan logistik. Perseroan juga mencatatkan pertumbuhan margin kontribusi sebagai persentase GTV, meningkat 33 basis poin *quarter-on-quarter* mencapai -1,1% pada 3Q22.

Dengan monetisasi yang lebih baik, *take rate* layanan C2C tumbuh 31 basis poin *quarter-on-quarter*. Lebih lanjut, Perseroan juga meniadakan insentif bagi kelompok konsumen yang tidak aktif.

Ke depannya, Perseroan akan terus meningkatkan *take rate* dalam jangka panjang dengan menggabungkan komisi, biaya platform, maupun *merchant-paid promotions* yang lebih tinggi, bersamaan dengan *value added services* termasuk di antaranya *directed advertising* dan layanan pemenuhan.

Financial Technology Services

(dalam Rp triliun, kecuali dinyatakan lain)	Untuk Periode Sembilan Bulan yang Berakhir		Perubahan Year-on-Year



30 September 2022 30 September 2021

Metrik Operasional

GTV	97,1	54,7	78%
-----	------	------	-----

Metrik Keuangan

Pendapatan Bruto	0,4	0,3	48%
------------------	-----	-----	-----

Segmen *Financial Technology* Perseroan terus mencatatkan pertumbuhan yang baik, dengan pertumbuhan GTV dan pendapatan bruto masing-masing sebesar 78% dan 48% *year-on-year*. Hal ini disebabkan upaya Perseroan memperdalam penetrasi dompet digital GoPay ke seluruh ekosistem dan mendorong peningkatan penggunaan. Jumlah pengguna yang menggunakan GoPay di platform Gojek dan Tokopedia mencapai titik tertingginya pada 3Q22 karena lebih banyak konsumen memanfaatkan GoPay untuk berbelanja dalam ekosistem GoTo. Penetrasi pengguna GoPay mencapai 60% di Gojek dan 58% di Tokopedia, masing-masing meningkat 5% dan 6% *quarter-on-quarter*. *Take rate* segmen ini mengalami sedikit penurunan sebagai akibat pergeseran bauran sumber GTV ke layanan pembayaran pedagang. GTV *merchant payment* tumbuh lebih cepat dibandingkan dengan *consumer payments* sehingga mengakibatkan sedikit penurunan pada *take rate* gabungan (*blended*).

Tingkat penggunaan juga terus meningkat, dengan GTV per pengguna GoPay meningkat 47% pada akhir kuartal ini dibandingkan setahun lalu. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pengguna GoPay berbelanja lebih sering dengan nilai transaksi lebih besar. Pada kuartal ini, produk pinjaman konsumen terus berkembang. Sejak peluncuran produk pembiayaan berbasis cicilan, GoPayLater Cicil di Tokopedia, pada Juli 2022, Perseroan telah melakukan *whitelisting* kepada sekitar empat juta konsumen. Perseroan akan terus meningkatkan penyediaan pinjaman menuju tahun 2023, dengan mempertahankan prinsip kehati-hatian, mempertimbangkan siklus kredit dan kondisi makroekonomi. .

Ke depannya, Perseroan akan terus meningkatkan margin kontribusi melalui optimalisasi beban promosi, bersamaan dengan pergeseran sumber pendapatan dengan produk yang memiliki margin lebih tinggi khususnya pinjaman, di mana Perseroan secara aktif melakukan uji coba terhadap produk baru, seperti pinjaman tunai yang sudah mulai diuji coba pada Oktober 2022.

Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (ESG)

Perseroan terus berkomitmen untuk menjalankan praktik ESG selaras dengan berbagai standar global dan industri. Sejumlah hasil dari upaya ESG kami selama kuartal ketiga 2022 di antaranya:

- Menerima *rating* AA dari MSCI untuk kinerja ESG Perseroan, berada di posisi terdepan di industri untuk aksi melawan perubahan iklim, dan berada pada kuartil atas untuk keamanan data, privasi pengguna, dan pengelolaan tenaga kerja.
- Menyampaikan target dekarbonisasi ke Science Based Targets Initiative (SBTI); GoTo merupakan perusahaan teknologi pertama di Indonesia dan kawasan Asia Tenggara yang melakukan hal ini.



- Electrum, perusahaan ventura bersama (*joint venture*) yang didirikan oleh GoTo bersama dengan TBS Energi Utama, telah mencatatkan empat juta kilometer jarak tempuh untuk perjalanan kendaraan elektrik roda dua, melampaui target yang sebelumnya ditetapkan sebanyak satu juta kilometer sampai dengan akhir tahun.
- Meluncurkan Tokopedia Hijau, panduan khusus *e-commerce* pertama Perseroan untuk mendukung pedagang yang bertransisi menuju kegiatan usaha yang berkelanjutan, termasuk mengurangi pengepakan dan beban usaha yang berlebihan.

Pedoman Kinerja Perseroan

Prioritas utama Perseroan adalah terus bergerak menuju profitabilitas. Perseroan berharap adanya peningkatan pada margin kontribusi dan EBITDA disesuaikan yang berlanjut pada kuartal-kuartal ke depan. Hal ini akan didorong oleh tingkat *take rate* yang membaik, rasionalisasi beban promosi, serta identifikasi dan retensi pelanggan setia

Untuk keseluruhan tahun buku 2022, Perseroan menetapkan pedoman kinerja sebagai berikut:

- GTV dalam rentang Rp613 triliun hingga Rp619 triliun.
- Pendapatan bruto dalam rentang Rp22,6 triliun hingga Rp23,0 triliun.
- Rasio margin kontribusi sebagai persentase pendapatan bruto untuk keseluruhan tahun 2022 berada dalam rentang -1,09% dan -1,06%.
- Rasio margin kontribusi sebagai persentase pendapatan bruto pada kuartal keempat 2022 berada dalam rentang -0,6% hingga -0,5%.

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

- Margin kontribusi Grup GoTo menjadi positif mulai 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 secara keseluruhan 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 Sembilan Bulan yang Berakhir	
	30 September 2022 (Aktual)	30 September 2021 (Proforma)	30 September 2022 (Aktual)	30 September 2021 (Proforma)
Metrik Operasional				
LTM ATU (juta)	67	55	67	55
Pesanan (juta)	693	542	2.039	1.524
GTV	160.940.183	120.685.279	451.474.960	324.938.173
- On-demand Services	15.682.251	12.631.616	45.510.568	34.514.100
- E-commerce	69.879.113	60.736.908	202.357.420	167.709.593
- Financial Technology Services	97.097.244	54.702.611	261.864.914	142.001.261
- Seluruh Segmen Lainnya	219.787	0	571.509	0
- Eliminasi	(21.938.212)	(7.385.856)	(58.829.451)	(19.286.781)
Metrik Keuangan				
Pendapatan Bruto	5.891.605	4.518.071	16.630.032	11.711.0813
- On-demand Services	3.479.765	2.659.283	9.835.624	6.985.548
- E-commerce	2.223.844	1.752.442	6.235.112	4.322.075
- Financial Technology Services	433.352	293.300	1.192.790	794.522
- Seluruh Segmen Lainnya	30.982	22.761	276.357	270.915
- Penyesuaian dan Eliminasi	(276.338)	(209.715)	(909.851)	(661.979)
Pendapatan Bersih	4.568.903	1.443.329	7.968.891	4.025.653
Margin Kontribusi ⁶	(1.186.104)	(2.073.017)	(5.746.190)	(4.824.646)
EBITDA yang Disesuaikan	(3.713.466)	(4.175.377)	(12.670.614)	(9.976.418)



Catatan Redaksi

- ¹ Perbandingan dilakukan terhadap metrik kinerja keuangan dan operasional proforma untuk sembilan bulan yang berakhir tahun 2021 (2Q21), yang diperoleh dari laporan keuangan konsolidasian historis yang 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.
- ² "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.
- ³ "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"
- ⁴ "LTM ATU" (*last twelve months annual transacting users*) adalah pengguna unik yang bertransaksi dalam dua belas bulan berjalan.
- ⁵ Grup GoTo menghitung EBITDA yang disesuaikan, yang merupakan ukuran keuangan non-PSAK, dimulai dengan rugi sebelum pajak penghasilan dan menyesuaikan untuk (i) beban penyusutan dan amortisasi (ii) penghasilan keuangan (iii) biaya bunga; (iv) kerugian penurunan nilai aset tidak lancar dan aset atas kelompok lepasan yang dimiliki untuk dijual; (v) kerugian atas penurunan nilai investasi pada entitas asosiasi; (vi) kerugian atas penurunan nilai *goodwill*; (vii) penyesuaian nilai wajar instrumen keuangan; (viii) kerugian penurunan nilai aset tak berwujud dan aset tetap; (ix) biaya kompensasi berbasis saham (termasuk program Gotong Royong); dan (x) item-item yang *non-recurring*.
- ⁶ Margin kontribusi, yang merupakan ukuran keuangan non-PSAK, dimulai dari pendapatan bersih dan dikurangi dengan beban pokok pendapatan, sebagian dari beban penjualan dan pemasaran terkait dengan *promotional excess* dan pemasaran produk dan beban lain-lain yang terutama terdiri dari potongan pajak yang terkait dengan beban penjualan dan pemasaran dan beban lainnya yang tidak signifikan.

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. 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 sejak 1 Januari 2020. 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. Proforma laporan 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 dokumen 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 dokumen ini. Dengan demikian, tidak terdapat opini atau bentuk keyakinan lainnya sehubungan dengan dan seluruh informasi keuangan proforma yang disajikan dalam dokumen ini.



Informasi keuangan proforma yang termasuk dalam dokumen ini (i) disajikan berdasarkan informasi yang tersedia saat ini dan perkiraan serta asumsi yang diyakini oleh manajemen Grup GoTo dianggap wajar pada tanggal diterbitkannya dokumen 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 dan sembilan bulan yang berakhir pada 30 September 2022 dalam dokumen ini. Informasi ini diambil dari laporan keuangan konsolidasian Perusahaan pada tanggal 30 September 2022 dan untuk periode sembilan bulan yang berakhir pada 30 September 2022 dan 2021 yang tidak direviu dan tidak diaudit. Laporan keuangan konsolidasian pada tanggal 30 September 2022 dan untuk periode sembilan bulan yang berakhir pada 30 September 2022 telah disusun dan menjadi tanggung jawab dari manajemen. Informasi keuangan konsolidasian untuk periode-periode tiga bulan dan enam bulan yang berakhir pada 30 September 2022 dan 2021 yang ada di dalam dokumen 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-periode tiga bulan dan sembilan bulan yang berakhir pada 30 September 2022 dan 2021 disajikan dalam dokumen ini.

Metrik Operasional

LTM ATU atau *Last Twelve Months Annual Transacting Users* adalah angka unik pengguna yang bertransaksi selama dua belas bulan. GTV atau *Gross Transaction Value* merupakan nilai transaksi bruto dan merupakan pengukuran operasional yang merepresentasikan jumlah dari (i) nilai transaksi dari layanan *on-demand*; (ii) nilai produk dan layanan yang tercatat di *e-commerce*; dan (iii) total volume pembayaran yang diproses melalui platform Perseroan untuk *financial technology services*, dan tidak memasukkan transaksi antarperusahaan.

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)