

Tokopedia Case

Latar Belakang

Tokopedia, sejak didirikan pada 2009, telah menjadi salah satu marketplace e-commerce terbesar di Indonesia, berfokus pada digitalisasi UMKM untuk memperkuat ekonomi digital yang inklusif. Melalui merger dengan Gojek dan pembentukan GoTo Group, Tokopedia menghadapi peluang dan tantangan baru dalam mempertahankan posisinya di pasar sekaligus menavigasi integrasi ekosistem.

Situasi Saat Ini

Tokopedia kini menghadapi dinamika pasar yang menantang, termasuk:

- Perlambatan pertumbuhan e-commerce pasca pandemi
- Persaingan ketat dari kompetitor regional seperti Shopee, Lazada, serta pemain baru seperti TikTok Shop
- Tekanan dari investor untuk mencapai profitabilitas dalam waktu dekat
- Tantangan integrasi layanan dengan GoTo Group dan meningkatkan efisiensi operasional di tengah biaya yang terus meningkat

Kondisi Pasar

Data Pasar E-commerce di Indonesia:

- Nilai total transaksi mencapai \$50 miliar per tahun dengan pertumbuhan tahunan sekitar 20%.
- Tokopedia memiliki 30% pangsa pasar, bersaing ketat dengan Shopee (35%) dan Lazada (20%).
- Perilaku konsumen menunjukkan bahwa 60% transaksi berasal dari mobile, dengan nilai transaksi rata-rata Rp 300.000, dan 70% pembeli berdomisili di Pulau Jawa.

Market Opportunity:

- Potensi pasar e-commerce di Indonesia diprediksi mencapai \$100 miliar pada tahun 2025.
- Pertumbuhan UMKM digital terus meningkat sebesar 40% per tahun, dengan penetrasi internet mencapai 80% populasi dan pengguna smartphone sebesar 170 juta.

*Data yang bisa kalian gunakan dan mendukung jawaban kalian

No	Main Questions
1	Bagaimana Tokopedia dapat mempertahankan pangsa pasar dan tetap kompetitif di tengah persaingan promosi yang agresif dari pemain lain?
2	Strategi apa yang paling efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan menurunkan biaya akuisisi pembeli dan merchant baru?

Note:

1. Kelompok 1, 2 dan 3 Mengerjakan Question No. 1
2. Kelompok 4 dan 5 Mengerjakan Question No. 2