

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	18
1.7 Susunan Penelitian.....	18
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>20</b>
2.1 Paradigma Struktur-Perilaku-Kinerja.....	20
2.1.1 Struktur Pasar.....	21

2.1.2 Perilaku.....	33
2.1.3 Kinerja.....	34
2.2 Identifikasi Pelaku Usaha dalam Industri.....	37
2.3 Merger.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1 Desain Penelitian.....	42
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.2.1 Sumber Data.....	43
3.2.2 Langkah Pengumpulan Data.....	46
3.3 Metode Analisis Data.....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Identifikasi Pelaku Usaha dalam Industri.....	51
4.1.1 Sebelum Merger.....	52
4.1.2 Setelah Merger.....	55
4.2 Analisis Struktur Pasar.....	56
4.2.1 Pangsa Pasar dan Rasio Konsentrasi.....	56
4.2.1.1 Pangsa <i>On-Demand Services</i> berdasarkan Nilai Transaksi Bruto.....	56
4.2.1.2 Pangsa Pasar <i>On-Demand Services</i> berdasarkan Jumlah Pengguna.....	59
4.2.1.3 Pangsa Pasar <i>E-Commerce</i> berdasarkan Nilai Transaksi Bruto.....	64

4.2.1.4 Pangsa Pasar <i>E-Commerce</i> berdasarkan Pengunjung Rata-Rata per Bulan.....	68
4.3 Analisis Perilaku.....	73
4.3.1 Industri <i>On-Demand Services</i> .....	73
4.3.2 Industri <i>E-Commerce</i> .....	81
4.4 Analisis Kinerja.....	87
4.4.1 Industri <i>On-Demand Services</i> .....	87
4.4.2 Industri <i>E-Commerce</i> .....	90
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>97</b>
5.1 Simpulan.....	97
5.2 Keterbatasan.....	102
5.3 Saran.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>105</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia dari Tahun 2018 sampai Januari 2022...	1
Tabel 1.2 Negara dengan Persentase Pengguna <i>E-Commerce</i> Tertinggi di Dunia (April 2021).....	7
Tabel 1.3 Perbandingan Aturan Merger di Negara ASEAN.....	10
Tabel 2.1 Model <i>Structure-Conduct-Performance</i> .....	21
Tabel 2.2 Dampak Pasar Persaingan Sempurna terhadap Perilaku dan Kinerja.....	23
Tabel 2.3 Dampak Pasar Persaingan Monopolistik terhadap Perilaku dan Kinerja.....	25
Tabel 2.4 Dampak Pasar Oligopoli terhadap Perilaku dan Kinerja.....	28
Tabel 2.5 Dampak Pasar Monopoli terhadap Perilaku dan Kinerja.....	31
Tabel 2.6 Bentuk Struktur Pasar Berdasarkan CR.....	32
Tabel 2.7 Klasifikasi Struktur Pasar dan Intensitas Persaingan Harga.....	33
Tabel 3.1 Sumber-Sumber <i>Online</i> Independen.....	44
Tabel 3.2 Metode Analisis Data Struktur Pasar.....	48
Tabel 3.3 Metode Analisis Data Perilaku Pasar.....	49
Tabel 4.1 Karakteristik Industri <i>On-Demand Services</i> dan <i>E-Commerce</i> .....	51
Tabel 4.2 Pelaku Usaha dalam Industri <i>On-Demand Services</i> dan <i>E-Commerce</i> .....	52
Tabel 4.3 Perbandingan Karakteristik Gojek dan Grab.....	53
Tabel 4.4 Perbandingan Karakteristik Tokopedia, Shopee, Lazada, BliBli, dan Bukalapak.....	54
Tabel 4.5 Nilai Transaksi Bruto Gojek dan Grab Tahun 2020.....	56

Tabel 4.6 Pangsa Pasar Nilai Transaksi Bruto Gojek dan Grab Tahun 2020.....	57
Tabel 4.7 Nilai Transaksi Bruto Gojek dan Grab Tahun 2021 .....	58
Tabel 4.8 Pangsa Pasar Nilai Transaksi Bruto Gojek dan Grab Tahun 2021.....	58
Tabel 4.9 Jumlah Pengguna Gojek dan Grab Tahun 2020.....	59
Tabel 4.10 Pangsa Pasar Jumlah Pengguna Gojek dan Grab Tahun 2020.....	60
Tabel 4.11 Jumlah Pengguna Gojek dan Grab Tahun 2021 .....	61
Tabel 4.12 Pangsa Pasar Jumlah Pengguna Gojek dan Grab Tahun 2021.....	61
Tabel 4.13 Struktur Pasar Industri Ojek Online dan <i>On-Demand Services</i> antara Sebelum dan Sesudah Merger.....	62
Tabel 4.14 Nilai Transaksi Bruto Tokopedia, Shopee, Lazada, BliBli, dan Bukalapak Tahun 2020.....	64
Tabel 4.15 Pangsa Pasar Nilai Transaksi Bruto Tokopedia, Shopee, Lazada, BliBli, dan Bukalapak Tahun 2020.....	65
Tabel 4.16 Nilai Transaksi Bruto Tokopedia, Shopee, Lazada, BliBli, dan Bukalapak Tahun 2021.....	66
Tabel 4.17 Pangsa Pasar Nilai Transaksi Bruto Tokopedia, Shopee, Lazada, BliBli, dan Bukalapak Tahun 2021.....	67
Tabel 4.18 Pengunjung Rata-Rata per Bulan Tokopedia, Shopee, Lazada, BliBli, dan Bukalapak Tahun 2020.....	68
Tabel 4.19 Pangsa Pasar Pengunjung Rata-Rata per Bulan Tokopedia, Shopee, Lazada, BliBli, dan Bukalapak Tahun 2020.....	69

Tabel 4.20 Pengunjung Rata-Rata per Bulan Tokopedia, Shopee, Lazada, BliBli, dan Bukalapak Tahun 2021.....	70
Tabel 4.21 Pangsa Pasar Pengunjung Rata-Rata per Bulan Tokopedia, Shopee, Lazada, BliBli, dan Bukalapak Tahun 2021 .....	71
Tabel 4.22 Struktur Pasar Industri <i>E-Commerce</i> antara Sebelum dan Sesudah Merger GoTo.....	72
Tabel 4.23 Perubahan Perilaku Perusahaan di Industri Ojek Online dan <i>On-Demand Services</i> setelah Merger GoTo.....	73
Tabel 4.24 Klasifikasi Perubahan Perilaku Perusahaan di Industri Ojek Online dan <i>On-Demand Services</i> setelah Merger GoTo.....	79
Tabel 4.25 Perubahan Perilaku Perusahaan di <i>E-Commerce</i> setelah Merger GoTo...81	
Tabel 4.26 Klasifikasi Perubahan Perilaku Perusahaan di Industri <i>E-Commerce</i> setelah Merger GoTo.....	85
Tabel 4.27 Rasio Pertumbuhan Perusahaan di Industri Ojek Online dan <i>On-Demand Services</i> Tahun 2020-2021.....	88
Tabel 4.28 Rasio Pertumbuhan Perusahaan di Industri <i>E-Commerce</i> Tahun 2020-2021.....	90
Tabel 4.29 <i>Net Profit Margin</i> Perusahaan di Industri <i>E-Commerce</i> Tahun 2020-2022.....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Moda Transportasi di Indonesia pada September 2022.....	3
Gambar 1.2 Pangsa Pasar Ojek Online di Indonesia Maret 2020-Februari 2021 .....	4
Gambar 1.3 Persentase Pengguna Internet yang Menggunakan Aplikasi Pesan-Antar Makanan Tahun 2020.....	5
Gambar 1.4 Nilai Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan di Indonesia (2022).....	6
Gambar 1.5 <i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Web Bulanan Tertinggi (Kuartal III 2021).....	8
Gambar 1.6 Komposisi Pemegang Saham GoTo Setelah IPO.....	9
Gambar 4.1 Pengeluaran Grab untuk Insentif Mitra dan Konsumen.....	77
Gambar 4.2 Biaya Pemasaran Gojek (GoTo) Tahun 2018 – 2022.....	78
Gambar 4.3 Komposisi Sumber Pendapatan Grab 2021.....	88
Gambar 4.4 Tren Kinerja Perusahaan di Industri <i>E-Commerce</i> Berdasarkan Perhitungan <i>Net Profit Margin</i> Tahun 2020-2022.....	95