

Analisis Pengaruh Kombinasi Bisnis *Merger* bagi PT Gojek Indonesia

Nadya Febby Aulia¹

Universitas Tidar

Nanda Yuli Pratiwi²

Universitas Tidar

Nizamuddin Ahmad Sirozi³

Universitas Tidar

Alamat: Jl. Kapten Suparman No.39, Potrobangsari, Kec. Magelang Utara,
Kota Magelang, Jawa Tengah 56116

Korespondensi penulis: nadyafebby305@gmail.com

Abstract. *This research aims to analyze the business combination of the merger between the companies Gojek and Tokopedia to become PT GoTo. This research uses a descriptive method by applying literature reviews from previous research. The data used uses secondary data. The data obtained is then processed by relating the issue of the influence of business combinations in PT. GoTo with references and other real sources. The objects of this research are the Gojek and Tokopedia companies. The results of the analysis obtained are that GoTo is the largest technology-based company in Indonesia. The conclusion obtained is that PT GoTo can provide platform services for customers and employees to be more advanced..*

Keywords: Binary Combination, Merger

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kombinasi bisnis merger antara perusahaan Gojek dan Tokopedia menjadi PT GoTo. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan menerapkan literatur review dari penelitian terdahulu. Data yang digunakan menggunakan data sekunder, Data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan mengaitan masalah pengaruh kombinasi bisnis dalam PT. GoTo dengan referensi serta sumber nyata lainnya. Objek dari penelitian ini yaitu Perusahaan Gojek dan Tokopedia. Hasil analisis yang diperoleh adalah GoTo yang menjadi perusahaan berbasis teknologi terbesar di Indonesia. Kesimpulan yang didapatkan yaitu PT GoTo dapat memberikan layanan platform untuk customer dan karyawan agar lebih maju.

Kata kunci: Kombinasi Binsni, Merger

LATAR BELAKANG

Kombinasi Gojek dan Tokopedia berperan pada Grup GoTo digabung sejak 2021 dengan mewujudkan peringatan penting untuk Indonesia. Menggabungkan dua tenaga kerja dua kepercayaan digital negeri, GoTo adalah kegiatan digital terbesar di Indonesia, dengan level yang menjelang aksi kegiatan sehari-hari semenjak jutaan konsumen, pedagang, dan sahabat pengasuh berkedudukan lebih setia dengan merintang *ondemand services*, *e-commerce*, dan *financial technology services*. Pembentukan GoTo didirikan pada awal kasus Covid-19. Pemulihan ekonomi tersekat oleh munculnya kasus baru Covid-19 yang berlawanan dekat dengan kegiatan dan aktivitas miliaran masyarakat di dunia, di mana hal tersebut terjadi di Indonesia yang menjadikan pemindahan yang ketat dan konvensi pemastian kehidupan sosial menghalangi kasus virus tersebut.

Meskipun terdapat ketidakpastian, perekonomian Indonesia berangsur pulih pada tahun 2021, terutama karena percepatan adopsi digital dan peningkatan belanja konsumen,

sehingga memberikan manfaat bagi ekosistem GoTo Group. Langkah-langkah pemerintah untuk mempercepat vaksinasi dan melonggarkan pembatasan sosial juga telah meningkatkan permintaan, khususnya terhadap layanan mobilitas GoTo Group. Implementasi kasus penggunaan utama Grup GoTo yang ditargetkan dalam kondisi di atas dan pencapaian awal sinergi ekosistem utama akan memberikan peluang untuk berhasil menyelesaikan pencatatan di Bursa Efek Indonesia pada bulan April 2022. Pendekatan Ekosistem terkemuka pasar dengan kemampuan unik dan pengetahuan lokal yang mendalam, Grup GoTo berada pada posisi yang tepat untuk terus menciptakan dampak sosial dan ekonomi positif yang memajukan pembangunan masyarakat yang dilayaninya.

Tampobolon (2013) menghamparkan kedapatan sejumlah bukti mengapa perusahaan mengerjakan perluasan eksternal dibandingkan perluasan internal, kisi-kisi lain: Kemungkinan korporasi menghajatkan diversifikasi kepada memerinci resiko yang diakibatkan risiko musim, harapan korporasi akan menggabai sinergi berpunca peleburan tambah korporasi lainnya, suatu peleburan memungkinkan korporasi kepada menggabai apa yang tidak diperolehnya, kemungkinan korporasi akan bisa mendandani kapasitas bagian dalam menggabungkan andil karena menyabur tambah korporasi yang memegang likuiditas banda yang lebih rencana dan hutang rendah, dan pendapat sah korporasi rencana yang baru bisa mengkapitalisasi muka taraf yang lebih rendah yang mendatangkan etik pasaran sahamnya tinggi (Crystallography, 2016). Alasan termuat yang melatarbelakangi kedua perusahaan dalam melakukan merger dan saling melengkapi untuk mendukung satu sama lain.

KAJIAN TEORITIS

Kombinasi Bisnis

kombinasi bisnis adalah transaksi atau peristiwa lain di mana seseorang memperoleh kendali atas satu atau lebih bisnis, merger dan akuisisi perusahaan, dan perlakuan terhadap bisnis tersebut. menciptakan sinergi operasional yang menguntungkan konsumen dan menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham. Dalam perekonomian global saat ini, kombinasi bisnis digunakan untuk meningkatkan pangsa pasar, memperluas portofolio, mengurangi risiko bisnis, mengintegrasikan dampak krisis ekonomi, memasuki pasar baru dan mendapatkan keuntungan dari skala ekonomi (Kemal, 2011). Strategi merger atau akuisisi merupakan peluang yang dimanfaatkan untuk pertumbuhan suatu organisasi bisnis. Menurut Anthony (2008), merger adalah penggabungan dua organisasi atau lebih menjadi satu organisasi yang lebih besar. Menurut Standar Pelaporan Keuangan Internasional (IFRS 3).

Selain itu, penggabungan aktivitas bisnis menghasilkan perusahaan dengan struktur biaya yang lebih besar dan efisien.

Merger

Menurut Harmony (2022), Merger adalah suatu upaya bentuk penggabungan dua atau lebih perusahaan tanpa menjadikan satu nama perusahaan baru melainkan satu sisi perseroan tetap berdiri dan di sisi lain perseroan lenyap dengan segala aktiva maupun kewajibannya serta segala bentuk manajemen bisnis-nya pula dipindahkan kepada perseroan yang tetap. Konsolidasi adalah suatu upaya bentuk penggabungan dua atau lebih perusahaan dengan menjadikan satu nama perusahaan baru dan meleburkan dua atau lebih perusahaan menjadi satu perusahaan dengan visi yang sama. Bentuk restrukturisasi perusahaan yang mirip dengan merger adalah akuisisi.

PT Gojek Indonesia

Gojek merupakan salah satu perusahaan angkutan ojek online yang selalu meningkatkan kualitas pelayanannya dan harga yang ditawarkan juga cukup kompetitif dibandingkan dengan jasa angkutan lainnya. PT Gojek Indonesia didirikan pada tahun 2011 oleh CEO dan Presiden Nadiem Makarim dan rekannya Michaelangelo Maron. Layanan ini menjadi Salah satu usaha jasa yang sedang berkembang saat ini adalah usaha jasa angkutan roda dua. Salah satu perusahaan angkutan ojek tersebut adalah Gojek. Gojek merupakan perusahaan angkutan ojek online yang berperan sebagai perantara antara pengemudi ojek dan pengguna dengan menggunakan teknologi modern. PT Gojek Indonesia kini memiliki lebih dari 200 ribu driver di 15 kota dan terus berkembang beroperasi di sepuluh kota besar antara lain Jakarta, Bandung, Bali, Surabaya, Makassar, Yogyakarta, Medan, Palembang, Semarang, Balikpapan, Solo, Batan, Malang, Samarinda dan meraih Juara I kompetisi bisnis Global Entrepreneurship Program Indonesia (GEPI) di Bali. Selain itu, Gojek telah menerima beberapa penghargaan dari berbagai komunitas bisnis dan sosial.

PT Tokopedia

PT Tokopedia merupakan perusahaan yang mendapat pendanaan awal (*seed financing*) dari PT Indonusa Dwitama pada tahun 2009. Selain itu, PT Tokopedia juga mendapat pendanaan dari pemodal ventura global seperti *East Ventures* pada tahun 2010, dan *Cyber* pada bulan Oktober 2014, Tokopedia menjadi perusahaan teknologi pertama di Asia Tenggara yang menjadi US Investment. USD 100 juta atau sekitar Rp 1,2 triliun dari *Sequoia Capital* dan *SoftBank Internet and Media Inc.* Kemudian pada bulan April 2016, investasi kembali dilakukan ke Tokopedia sebesar USD 147 juta atau sekitar Rp 1,9 triliun (Ezrasilalahi, 2016). Peran PT Tokopedia dalam perkembangan bisnis online di Indonesia membawa Markplus Inc.

11 Desember 2014. diselenggarakan oleh Markplus Conference 2015 penghargaan sektor e-commerce 2014 Marketers 2014. Pada tahun 2016, Tokopedia berhasil meraih beberapa prestasi yang bisa dikatakan sangat membanggakan, yaitu terpilihnya Tokopedia pada Indonesia *Digital Economy Award* kategori *Best Consumer Business in Indonesia*, *Best Brands Award* 2016 kategori belanja *online*. dan *website* penjualan, *Digital Marketing Award* 2016 - *Website* Terbaik, Aplikasi *E-Commerce* Terbaik, Indonesia E-Commerce Award (idEA) 2016 - Marketplace C2C Terbaik, *Marketing Awards* 2016 - *Bestin Marketing Campaign*, Terpopuler di Indonesia sejak 2016 - Versi Jobplanet. Secara keseluruhan, Tokopedia serupa dengan kebanyakan pasar di mana Tokopedia mampu memenuhi misinya dalam kesetaraan keuangan digital. Tokopedia bertujuan untuk mengubah identitas korporatnya menjadi identitas korporat. Oleh karena itu, Tokopedia fokus mendukung produk UKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

METODE PENELITIAN

Dalam analisis ini penerapan analisis terapan didasarkan pada prosedur penelitian kepustakaan. Tinjauan literatur merupakan rangkuman kontroversi berdasarkan analisis berdasarkan institusi yang menggambarkan, memprediksi dan menafsirkan informasi yang baru ditemukan dengan adanya ruang subjek (EasterbySmith, Thorpe dan Jackson, 2015: 13). Data yang diperoleh dengan menggunakan metode tinjauan literature selanjutnya diolah dengan mengaitan masalah pengaruh kombinasi bisnis dalam PT. GoTo dengan referensi serta sumber nyata lainnya. Melalui referensi ini dapat dijadikan sebagai dasar kuat dalam memahami pengaruh serta perubahan apa yang akan diperoleh oleh PT. GoTo setelah menerapkan kombinasi bisnis dalam perusahaan.

Data yang digunakan dalam analisis ini ditemukan dalam data sekunder dimana informasi tersebut tidak dinilai secara permanen baik dalam bentuk cetak maupun elektronik. Contoh informasi yang terdapat dalam majalah analitik, brosur cetak, e-book, majalah, kompensasi tahunan suatu perusahaan, dll. Data sekunder adalah informasi yang meresap ke dalam pusat, bersifat acak dan tidak biasa dikumpulkan oleh peneliti secara pribadi (Sekaran, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT GoTo merupakan hasil merger Gojek dan Tokopedia pada 17 Mei 2021. Gojek dan Tokopedia melakukan merger dan membentuk perusahaan bernama GoTo. GoTo adalah perusahaan terbesar di Indonesia serta bisnis online dan layanan media terbesar di Asia. Perusahaan ini bernilai \$17 miliar dengan nilai tukar 14 rubel. Investasi Rp 500 miliar itu bernilai Rp 246,5 triliun, melampaui PT Astra International Tbk (ASII) sebesar Rp 206,5 triliun. PT GoTo menawarkan produk keuangan untuk membantu konsumen dan usaha kecil mengembangkan bisnis mereka di Indonesia. Hal ini sejalan dengan tujuan PT Gojek untuk memberdayakan pengusaha mikro agar perkotaan lebih mudah diakses dan menarik. Tokopedia bertujuan untuk mencapai kesetaraan keuangan digital dengan memberdayakan konsumen dan pedagang melalui merger dan kolaborasi dengan perusahaan lain. Kedua perusahaan raksasa ini bersatu menciptakan “Dompot Karya Anak Bangsa”, sebuah layanan yang menggabungkan e-commerce, pekerjaan adat, dan layanan keuangan. Layanan ini memperluas jangkauan pedagang dan memberikan sumber pendapatan baru.

PT GoTo didukung oleh investor seperti Alibaba Group, Astra International, BlackRock, Capital Group, DST, Facebook, Google, JD.com, KKR, Pacific Century Group, Northstar, Paypal, Provident, Sequoia Capital, Softbank Vision Fund 1, Telkomsel, Temasek, Tencent, Visa dan Warburg Pincus. Pada tanggal 2 November 2021, PT GoTo mengadakan perselisihan dengan PT Terbit Financial Technology senilai Rp 2 miliar. PT Terbit Financial Technology menggugat GoTo dan Tokopedia atas pelanggaran merek di Pengadilan Niaga Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dengan tuntutan Rp 8 miliar. PT Terbit Financial Technology menuntut GoTo membayar ganti rugi dan berhenti menggunakan merek dagang "GOTO". Sengketa ini masih menunggu di pengadilan.

Merger dua perusahaan besar Gojek dan Tokopedia yang disebut dengan nama GoTo tentunya akan dihadapi oleh berbagai masalah dikarenakan pada dasarnya dua perusahaan tersebut adalah perusahaan yang sukses di Asia Tenggara, karena tentunya kedua perusahaan tersebut memiliki strategi bisnis yang berbeda satu sama lain. Terdapat berbagai permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan GoTo ini setelah kombinasi bisnis. Dari hasil yang telah dianalisis peneliti terdapat 2 pengaruh yang ada pada Pt GoTo yaitu pengaruh positif dan negatif. Pada perusahaan ekosistem digital berbasis teknologi yang beroperasi Pengaruh positif dari kombinasi bisnis PT Gojek dengan PT Tokopedia indonesia yaitu mendapatkan hasil :

1. Memperkuat posisi GoTo sebagai perusahaan ekosistem digital berbasis teknologi yang beroperasi. Hal ini dapat menjauhi persaingan terdekatnya seperti PT Shoppe

2. Penggabungan kedua PT tersebut juga akan membawa keuntungan bagi customer. Pasalnya dengan GoTo akan membuat menghemat waktu saat memesan sesuatu dan menghemat waktu.
3. Volume transaksi saham mengalami peningkatan lebih dominan dibandingkan penurunan setelah peresmian merger. Volume transaksi saham yang lebih besar setelah peresmian merger menunjukkan bahwa minat pasar terhadap saham meningkat.
Pengaruh Negatif dari kombinasi bisnis PT Gojek dengan PT Tokopedia indonesia yaitu mendapatkan hasil :

1. Kesulitan dalam integrasi seperti menggabungkan dua perusahaan yang memiliki budaya yang unik. Gojek memiliki budaya yaitu kegiatan harus dikerjakan dengan cepat, serta membangun rasa bangga pada karyawan untuk meningkatkan kinerja dan loyalitas karyawannya. Sementara Tokopedia memiliki budaya yaitu Tokopedia kerap memberikan kebebasan kepada karyawannya berbagai hal seperti berpakaian dan pekerjaan. Maka dengan dimergernya GoTo kedua perusahaan tersebut harus mempertahankan dan menyatukan karyawan yang sudah terbiasa dengan budaya dari masing-masing perusahaan.
2. Kesulitan menentukan pemimpin dan struktur organisasi pada perusahaan yang dimerger. Seperti yang diketahui bahwa perusahaan Gojek dan Tokopedia memiliki kepemimpinan yang berbeda tetapi dengan dimergernya kedua perusahaan tersebut tentunya memerlukan struktur organisasi yang baru dimana perlu adanya kesepakatan dari para pemimpin dua perusahaan tersebut.
3. Meningkatnya utang dan kerugian perusahaan, dengan merger kedua perusahaan tersebut, maka hutang dan kerugian juga akan bertambah. Maka dari itu perusahaan perlu menyadari permasalahan yang akan ditimbulkan jika memiliki utang terlalu banyak.
4. Terlalu banyak diversifikasi. Perusahaan Gojek dan Tokopedia sama-sama menerapkan strategi diversifikasi terkait Tokopedia menawarkan jutaan produk yang dibagi menjadi 21 kategori, sedangkan Gojek menawarkan 14 diversifikasi produk. Dengan banyaknya diversifikasi dari kedua perusahaan tersebut akan menjadi kesulitan untuk mengontrol perkembangan dari setiap produk yang mereka tawarkan, sehingga dapat menurunkan efektivitas kinerja dan pendapatan pada perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kombinasi Bisnis yang dilakukan oleh PT Gojek Indonesia dan PT Tokopedia menjadi GoTo, bermula dari adanya pandemi Covid-19 tahun 2021. Kedua perusahaan yang terlibat memiliki tujuan berkemajuan dan menjadi platform penyedia layanan masyarakat berbasis *online* terdepan. Banyaknya modal yang masuk dari investor baik dalam maupun luar negeri menjadikan GoTo sebagai perusahaan terbesar di Indonesia dengan nilai perusahaan sebanyak \$17 miliar. Kombinasi ini cukup berpengaruh bagi perusahaan terlibat, terdapat dua pengaruh yaitu pengaruh positif dan pengaruh negatif. Pengaruh positif diketahui dengan meningkatnya kedudukan GoTo sebagai perusahaan ekosistem digital berbasis teknologi yang mempengaruhi persaingan bisnis sektor digital. Naiknya volume transaksi saham setelah kombinasi juga mengindikasikan pengaruh positif di bidang pasar saham. Pengaruh negatif didominasi oleh permasalahan internal perusahaan yang muncul akibat menyatunya dua perusahaan dengan kultur berlawanan. GoTo yang terbilang masih muda harus mempertimbangkan utang dan kerugian akibat besarnya biaya menjalankan kombinasi bisnis, agar tujuan utama perusahaan tercapai.

DAFTAR REFERENSI

- Yuliantari, K. (2017). SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada. *e-ISSN*.
- Kemal, M. U. (2011). ost-Merger Profitability: A Case of Royal Bank of Scotland (RBS). *International Journal of Business and Social Science*.
- Khoeriyah, T. A., Fatin, N. A., & Panggiarti, E. K. (2023). ANALISIS MERGER DAN AKUISISI PT GOTO GOJEK TOKOPEDIA TBK. *Jurnal Riset Ilmiah*.
- P, A. A., Billy, Lina, & Farhan, M. (2023). Analisis Manajemen Strategik Pada Perusahaan PT Goto Gojek Tokopedia Tbk. *Jurnal Mirai Management*, 158-164.
- Talitha, W. (2020). PENGARUH STRATEGI MARKETING COMMUNICATION. *JURNAL TRANSLITERA*.