



IMPLIKASI INTEGRASI DAN MERGER PADA DOMINASI PASAR META PLATFORM DAN WALT DISNEY

Akhsan Fadlurrahman

Universitas Islam Negeri K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Ayu Nursasi

Universitas Islam Negeri K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Nahdiyah Ulul Azmi

Universitas Islam Negeri K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Naerul Edwin Kiky Aprianto

Universitas Islam Negeri K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Alamat: Jl. A. Yani No.40A, Karanganjing, Purwanegara, Kec. Purwokerto Utara,

Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53126

Korespondensi penulis: akhsan0902@gmail.com

Abstrak. *In the era of digitalization, many new companies have emerged with their own advantages. However, if they are unable to compete, they tend to survive for a short time. One way to survive is through integration and merger. This research uses a descriptive qualitative method with a literature study. The results show that Meta Platform and Walt Disney dominate the market in their respective sectors, thus falling into the oligopoly market category. Meta dominates social networks by integrating WhatsApp and Instagram, copying the Reels feature to compete with TikTok, and connecting platforms to improve efficiency and user convenience. This strategy strengthened its position with billions of monthly active users. Walt Disney expanded its influence through mergers with Pixar, Marvel, 21st Century Fox and Lucasfilm, and expanded into theme parks, consumer products and digital services such as Disney+. These moves saw Disney dominate the global box office and earn huge revenues.*

Keywords: *Integration; Merger; Meta Platform; Walt Disney*

Abstrak. Pada era digitalisasi, banyak perusahaan baru bermunculan dengan keunggulan masing-masing. Namun, jika tidak mampu bersaing, mereka cenderung bertahan dalam waktu singkat. Salah satu cara untuk bertahan adalah melalui integrasi dan merger. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan studi literatur. Hasilnya menunjukkan bahwa Meta Platform dan Walt Disney mendominasi pasar di sektor masing-masing, sehingga termasuk dalam kategori pasar oligopoli. Meta menguasai jejaring sosial dengan mengintegrasikan WhatsApp dan Instagram, meniru fitur Reels untuk bersaing dengan TikTok, serta menghubungkan platform guna meningkatkan efisiensi dan kenyamanan pengguna. Strategi ini memperkuat posisinya dengan miliaran pengguna aktif bulanan. Walt Disney memperluas pengaruhnya melalui merger dengan Pixar, Marvel, 21st Century Fox, dan Lucasfilm, serta berekspansi ke taman hiburan, produk konsumen, dan layanan digital seperti Disney+. Langkah ini membuat Disney menguasai box office global dan meraih pendapatan besar.

Kata Kunci: *Integrasi; Merger; Meta Platform; Walt Disney*

PENDAHULUAN

Di era perdagangan bebas sekarang ini, persaingan antar perusahaan semakin ketat, baik di pasar lokal maupun internasional. Dengan begitu banyaknya tantangan, perusahaan harus terus berusaha untuk tetap eksis dan siap menghadapi segala hambatan. Agar bisa bertahan dan berkembang, perusahaan perlu memiliki strategi yang tepat. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan ekspansi bisnis, yang salah satunya bisa berupa integrasi dan merger antara perusahaan. Integrasi adalah proses menyatukan dua atau lebih entitas bisnis untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing, seperti mengoptimalkan sumber daya, menekan biaya, dan memperkuat kendali atas proses produksi. Merger, di sisi lain, melibatkan penggabungan satu perusahaan dengan yang lain, menciptakan entitas yang lebih besar untuk

memperluas pasar, menghasilkan sinergi, dan meningkatkan kinerja keuangan (Muhammad Yasin et al., 2023).

Merger dan akuisisi bertujuan untuk menciptakan sinergi atau nilai tambah bagi perusahaan. Akuisisi sendiri merupakan strategi yang digunakan untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat posisi perusahaan. Proses ini melibatkan pembelian aset atau saham perusahaan lain, baik dengan persetujuan pihak yang diakuisisi maupun melalui keterlibatan pihak ketiga. Dengan merger dan akuisisi, perusahaan dapat meraih manfaat seperti memperbesar skala bisnis, memperluas pasar, dan mendapatkan akses ke teknologi serta sumber daya manusia yang lebih baik. Di Indonesia, banyak perusahaan melakukan langkah ini karena meyakini bahwa merger dan akuisisi dapat meningkatkan daya saing mereka dalam jangka panjang sekaligus meningkatkan nilai perusahaan dan kesejahteraan pemegang sahamnya (Perangin-Angin et al., 2023).

Merger dan akuisisi dapat dilihat dari dua sudut pandang utama: keuangan perusahaan dan manajemen strategi. Dari sisi keuangan, langkah ini dianggap sebagai investasi jangka panjang yang memerlukan analisis mendalam untuk memastikan kelayakan bisnisnya. Dari perspektif manajemen strategi, merger dan akuisisi adalah salah satu cara untuk mencapai pertumbuhan eksternal dan memperkuat posisi di pasar. Kedua perspektif ini menunjukkan bahwa tujuan utama merger dan akuisisi adalah membangun keunggulan kompetitif jangka panjang yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Meski demikian, topik ini sering menjadi perdebatan di kalangan manajer, pemegang saham, pembuat kebijakan, dan akademisi (Wibowo, 2012).

Meta Platforms Inc., yang didirikan oleh Mark Zuckerberg pada 2004, menjadi pemain kunci dalam industri komunikasi melalui platform media sosial. Dengan mengakuisisi platform populer seperti Instagram, WhatsApp, dan Beluga (yang kemudian diubah menjadi Messenger), Meta berhasil melakukan transformasi besar yang mengubah cara orang berinteraksi dan berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari (Mustikadara & Irfansyah, 2023). Perusahaan ini bukan hanya dikenal sebagai jejaring sosial terbesar di dunia, tetapi setelah melakukan berbagai akuisisi besar dan mengalami pertumbuhan pesat, kini juga menyediakan platform berbagi foto terbesar melalui Instagram serta layanan pesan instan terpopuler melalui WhatsApp (Gradiani, 2024).

Sama seperti Meta, Walt Disney juga merupakan salah satu perusahaan terbesar di industri media dan hiburan internasional, terus berkembang dengan pesat. Disney berhasil memperluas kekuasaannya dengan mengakuisisi berbagai perusahaan media di sekitarnya (Puspitaningrum et al., 2024). Selain itu, Disney juga melebarkan usahanya ke bidang lain seperti taman hiburan, resort, dan penjualan merchandise. Yang menarik, Disney memiliki strategi lintas promosi yang cerdas untuk produk-produknya, sehingga mereka tidak perlu mengalokasikan biaya tambahan untuk iklan (Nur, 2019).

KAJIAN TEORI

Merger sering dianggap sebagai langkah yang tepat bagi perusahaan yang ingin memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan kinerja. Seperti yang dijelaskan dalam artikel “Analisis Merger Bank Syariah Indonesia (BSI) Dengan Pendekatan Masalah Mursalah” (Mohamma & Agilga, 2022), merger yang dilakukan oleh tiga bank syariah besar, yaitu Mandiri Syariah, BRI Syariah, dan BNI Syariah, berhasil membentuk Bank Syariah Indonesia (BSI). Tujuan dari merger ini adalah untuk memperkuat posisi perbankan syariah, meningkatkan efisiensi, dan memberikan manfaat yang lebih luas kepada masyarakat. Dengan pendekatan masalah mursalah, merger ini dipandang selaras dengan prinsip syariah karena mendukung

pertumbuhan ekonomi umat, memperluas akses ke layanan keuangan syariah, dan memperkuat stabilitas keuangan negara.

Sementara itu, pada artikel karya (Nababan et al., 2023) yang berjudul "Analisa Strategi Diversifikasi pada PT. Indosat Tbk" membahas strategi diversifikasi yang diterapkan oleh PT. Indosat Tbk untuk meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan di industri telekomunikasi. Penelitian ini menganalisis berbagai langkah diversifikasi, baik vertikal maupun horizontal, yang dilakukan oleh Indosat, seperti pengembangan layanan digital, perluasan produk telekomunikasi, dan masuk ke sektor teknologi lainnya. Adanya strategi diversifikasi membantu Indosat memperluas pangsa pasar, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi risiko ketergantungan pada layanan inti. Namun, keberhasilan strategi ini bergantung pada kemampuan perusahaan dalam berinovasi, mengelola sumber daya, dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif

Di sisi lain, artikel "Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum dan Sesudah Merger dan Akuisisi (Studi Pada Perusahaan yang Melakukan Merger dan Akuisisi, Periode 2004-2010)" (Wibowo, 2012) mengkaji dampak merger dan akuisisi terhadap kinerja keuangan perusahaan antara tahun 2004 hingga 2010. Penelitian ini mengukur dampak tersebut dengan indikator seperti profitabilitas, likuiditas, dan efisiensi. Hasilnya penelitian mengungkapkan bahwa pengaruh dari merger dan akuisisi bisa berbeda-beda, tergantung pada perusahaan dan kondisi yang ada. Beberapa perusahaan mengalami peningkatan kinerja, sementara yang lain justru mengalami penurunan. Artikel ini menekankan bahwa keberhasilan merger dan akuisisi bergantung pada strategi integrasi yang efektif dan pengelolaan pasca-merger yang baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan. Studi kepustakaan digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis data yang relevan dengan topik penelitian. Metode pengumpulan data berupa teknik dokumentasi yang melibatkan pengambilan informasi terkait dengan topik melalui berbagai sumber tertulis, seperti jurnal ilmiah, buku, skripsi, dan lembar kerja (working paper). Penelitian ini dianalisis menggunakan teknik tematik yang dimana melibatkan identifikasi dan pengelompokan tema-tema utama yang muncul dari literatur yang ditinjau. Peneliti berupaya menemukan pola atau isu yang sering dibahas dalam berbagai sumber, lalu mengelompokkan informasi tersebut ke dalam tema-tema yang sesuai dengan fokus penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Ruang Lingkup Integrasi dan Merger

Integrasi dan merger merupakan suatu langkah tepat yang dapat dilakukan oleh perusahaan guna mempertahankan posisi mereka di dalam persaingan pasar yang semakin ketat ini. Adanya kedua hal tersebut dapat memperluas jangkauan pasar dan mampu memberikan benefit yang lebih besar bagi suatu perusahaan.

a. Integrasi

Kinerja sebuah perusahaan sangat bergantung pada seberapa baik sinergi yang tercipta di dalamnya. Karena itu, perlu dipikirkan dengan matang semua aspek penting yang terlibat dalam proses pembuatan, pengembangan, hingga administrasi produk. Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan menerapkan integrasi (Lara et al., 2020). Integrasi industri sendiri terjadi ketika sebuah perusahaan menyatukan berbagai tahapan produksi dalam rantai

pasokannya ke dalam satu sistem atau kelompok perusahaan yang sama. Ada dua jenis utama integrasi, yaitu Vertikal dan Horizontal.

Integrasi Vertikal terjadi saat perusahaan menggabungkan proses produksi di berbagai tahapan dalam rantai pasokan yang sama. Misalnya, perusahaan otomotif yang juga memproduksi sendiri komponen mesinnya. Di sisi lain, Integrasi Horizontal adalah ketika sebuah perusahaan bergabung atau mengakuisisi pesaing yang berada di tahap produksi yang sama, yang sering kali menyebabkan meningkatnya konsentrasi di industri tersebut.

Kedua bentuk integrasi ini membawa dampak besar bagi ekonomi industri saat ini. Di satu sisi, integrasi dapat membantu meningkatkan efisiensi dan memberikan kendali lebih besar terhadap proses produksi. Namun, di sisi lain, jika konsentrasi industri terlalu tinggi, hal itu bisa menghambat persaingan. Dalam ekonomi modern, penting untuk menemukan keseimbangan antara mendorong inovasi dan efisiensi, sekaligus menjaga persaingan yang sehat. Hal ini krusial untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif (Harilinawan, 2024).

b. Merger

Merger adalah salah satu cara perusahaan melakukan penggabungan untuk menciptakan bisnis yang lebih besar dengan cakupan pasar yang lebih luas. Dengan merger, perusahaan dapat meningkatkan daya saing dan memperkuat posisinya di pasar (Kurdhi et al., 2023). (Johan, 2021) menyatakan bahwa merger dan akuisisi tidak hanya sekadar menggabungkan perusahaan menjadi $1 + 1 = 2$, tetapi diharapkan mampu menciptakan nilai yang lebih besar dari itu. Secara sederhana, merger berarti penggabungan dua atau lebih organisasi, namun hanya satu perusahaan yang tetap beroperasi (Tarigan et al., 2016). Proses ini bertujuan untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan (Supriyanto et al., 2020). Misalnya, jika dua perusahaan A dan B melakukan merger, nantinya hanya ada satu yang akan bertahan, yaitu A atau B. Dalam praktiknya, biasanya perusahaan yang lebih besar tetap beroperasi, sementara perusahaan yang lebih kecil dihentikan atau dibubarkan sebagai entitas hukum (Ardiansyah et al., 2024).

Menurut (Hanifah & Yasin, 2024), merger dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis sebagai berikut:

- 1) Merger Vertikal: Menggabungkan perusahaan yang berada di tahap berbeda dalam rantai pasokan. Contohnya, perusahaan utama bergabung dengan pemasok atau distributornya.
- 2) Merger Horizontal: Melibatkan penggabungan dua perusahaan yang menjadi pesaing di pasar yang sama dengan produk atau layanan serupa.
- 3) Merger Perluasan Pasar: Dilakukan oleh perusahaan yang menjual produk atau jasa serupa, tetapi beroperasi di pasar yang berbeda. Tujuannya untuk memperluas akses ke pasar baru.
- 4) Merger Perluasan Produk: Melibatkan perusahaan yang menawarkan produk berbeda tetapi saling terkait dan berbagi pasar yang sama. Mereka dapat memanfaatkan proses produksi, distribusi, atau rantai pasok yang sama.
- 5) Merger Konglomerat: Menggabungkan dua perusahaan yang benar-benar berbeda. Merger jenis ini memiliki risiko tinggi karena perbedaan besar antara kedua entitas.

Menurut (Teguh, 2020), ada beberapa alasan mengapa perusahaan memilih untuk melakukan merger:

- 1) Menghemat biaya produksi: Merger memungkinkan perusahaan untuk memangkas berbagai biaya, seperti biaya transaksi, iklan, dan administrasi.

- 2) Mengatasi persaingan pasar: Dalam industri dengan tingkat persaingan yang tinggi, merger bisa mengurangi jumlah pesaing dan memperkuat posisi perusahaan.
- 3) Meningkatkan pertumbuhan: Merger diharapkan dapat membawa peningkatan profit, memperbesar skala perusahaan, dan menciptakan nilai tambah.
- 4) Mendominasi pasar: Perusahaan besar sering menggunakan merger untuk memperkuat kontrol mereka atas pasar dan meningkatkan dominasi.

Sebagaimana dikatakan oleh (Sultoni & Mardiana, 2021) bahwa tujuan utama dari merger biasanya meliputi beberapa hal:

- 1) Pertumbuhan dan diversifikasi: Merger memungkinkan perusahaan untuk tumbuh lebih cepat, baik dari segi ukuran, perluasan pasar, maupun ragam produk yang ditawarkan.
- 2) Penguatan keuangan: Dengan melakukan merger, perusahaan bisa mendapatkan tambahan modal yang diperlukan untuk mendukung pengembangan internalnya.
- 3) Mencapai sinergi: Salah satu alasan penting dari merger adalah menciptakan efisiensi yang lebih baik dan memanfaatkan skala ekonomi agar perusahaan bisa beroperasi lebih optimal.

Menurut (Agustin & Widhiastuti, 2021), perusahaan perlu memenuhi beberapa tahapan dalam melakukan merger. Tahapan tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Tahap pra-merger: Proses awal ini melibatkan pengumpulan data dan analisis mendalam untuk menentukan kelayakan merger.
- 2) Tahap merger: Setelah keputusan diambil, perusahaan mulai menyesuaikan visi dan tujuan bersama dengan mitra merger.
- 3) Tahap pasca-merger: Pada tahap ini, perusahaan fokus pada restrukturisasi, membangun budaya kerja baru, dan mengelola transisi agar integrasi berjalan lancar.

2. Integrasi dan Merger Pada Perusahaan Meta Platform dan Walt Disney

a. Meta Platform

Perusahaan Meta Platform yang sebelumnya dikenal dengan Facebook merupakan satu dari banyak perusahaan yang berkantor pusat di Amerika Serikat, yang berjalan dibidang layanan jejaring sosial. Perusahaan ini didirikan oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2004. Di dalam Facebook banyak sekali fitur dan layanan yang bisa dipakai oleh konsumen yang pada tahun itu sangat populer karena belum banyak layanan jejaring sosial yang menawarkan fitur dan layanan seperti Facebook. Hal tersebut membuat Facebook sangat diminati oleh masyarakat luas (Gradiani, 2024).

Banyak faktor yang menyebabkan Facebook bisa berkembang secara signifikan, salah satunya disebabkan dengan adanya kerja sama dan pembelian saham Facebook oleh Microsoft. Pada tanggal 24 Oktober 2007, Microsoft memberitahu kepada masyarakat bahwa mereka telah membeli saham dari Facebook sekitar 1,6 persen yang bernilai 270 juta USD. Dengan pembelian ini Microsoft memiliki hak untuk ikut andil dalam iklan internasional Facebook. Dari inilah Facebook mendapatkan sebagian besar pendapatannya. Microsoft merupakan partner dari Facebook yang melayani dalam masalah periklanan spanduk, sementara itu Facebook hanya melayani iklan yang masuk dalam inventaris iklan Microsoft. Menurut salah satu perusahaan riset pemasaran internet yaitu Comscore mengungkapkan bahwa Facebook memiliki pengunjung yang sama banyaknya dengan Perusahaan Google dan Microsoft. Dengan adanya kerjasama tersebut perusahaan Facebook ini berkembang sangat pesat. Hingga pada tahun 2009 Facebook menduduki peringkat pertama sebagai layanan jejaring sosial terbanyak jika dilihat dari pengunjung aktif diseluruh dunia.

Walaupun demikian banyak pro dan kontra mengenai penggunaan Facebook ini. Hal ini bisa dilihat pada tahun 2011, yaitu banyaknya pelanggaran persyaratan layanan situs Facebook. Ada sekitar 7,5 anak dibawah umur yang mempunyai akun facebook ini yang mana 5 juta lainnya itu dibawah 10 tahun. Namun semua itu bisa diredam dengan dari pihak Facebook menghapus semua profil anak dibawah umur itu serta menghapus spam dan konten tidak pantas sebagai bentuk upaya mendorong keamanan cyber security (Mustikadara & Irfansyah, 2023).

Pada 9 April 2012 Facebook bermerger dengan perusahaan Instagram. Nilai akuisisinya sangat sebar yaitu mencapai 1 miliar USD dalam bentuk saham dan tunai. Saat itu, Instagram baru berusia 2 tahun dan bisa dibilang masih berkembang. Walaupun baru 2 tahun berdiri, pengguna Insatgram saat dibeli Mark Zucerberg sudah mencapai 30 juta pengguna dan Mark Zucerberg yakin Instagram akan berkembang pesat setelah diakuisisi olehnya. Tidak lama setelah itu tepatnya di Februari 2014 Facebook bermarger kembali, kali ini dengan perusahaan yang lebih besar dari Instagram yaitu WhatsApp. Nilai akuisinyapun sangatlah besar berlipat lipiat dari nilai akuisisi Instagram, yaitu 22 miliar dolar AS. Hal tersebut tentunya menjadi bahan perbincangan publik waktu itu. Karena merger antara Facebook dan Instagram pun sudah sangat besar ditambah lagi dengan masuknya WhatsApp pastinya menjadi lebih besar lagi. Pada saat dibeli pihak Facebook pengguna WhatsApp pada saat itu berjumlah 450 juta orang. Adapun alasan Mark Zucerberg melakukan merger dengan Perusahaan Instagram dan WhatsApp yaitu:

- 1) Zucerberg, CEO Facebook saat itu yakin akan mendapat keuntungan dari Instagram dan WhatsApp dikemudian hari dikarenakan dia memperkirakan bahwa panggilan telepon akan menjadi usang dan pesan seluler akan merajalela.
- 2) Zucerberg ingin mengintegrasikan antara Facebook, Instagram dan WhatsApp menjadi 1 sistem bukan 1 aplikasi. Jadi antara ketiganya akan berjalan sendiri sendiri, tetapi memiliki sistem berkirim pesan yang terhubung menjadi 1.
- 3) Zucerberg ingin lebih meningkatkan fitur privasi yang diberikan setelah digabung menjadi satu yaitu dengan sistem end to end encryption, fitur ini memastikan bahwa pesan hanya dapat diakses oleh pihak yang terlibat dalam percakapan, sehingga menjaga kerahasiaannya dari orang lain. (Thomas & Bhat, 2022).

Setelah adanya merger antara ketiga perusahaan tersebut banyak pro dan kontra. Bahkan pihak Facebook dilaporkan oleh FTC karena dianggap memonopoli pasar media sosial. Namun dalam sidang tersebut pihak Facebook divonis tidak bersalah karena Facebook dinilai tidak merugikan pihak lain.

Setelah 2 dekade berjalan tepatnya di tanggal 28 Oktober 2021 Mark Zucerberg mengganti nama Perusahaan Facebook dengan Meta Platform pada acara Connect 2021. Menurut Zucerberg pergantian nama ini adalah bagian dari langkah mereka untuk menyongsong masa depan yang berfokus dengan Metavers yaitu gabungan dari beberapa teknologi yang hasilnya pengguna bisa berinteraksi satu sama lain secara lebih nyata.

Menurut penelitian yang dilakukan Chandrika Nuril Latifah menerangkan bahwa perbedaan kinerja keuangan sebelum dan sesudah akuisisi menunjukkan bahwa: beberapa rasio kinerja keuangan pada Platform Meta Inc yakni pada tahun 2016-2018 (3 tahun sebelum akuisisi) dan setelah adanya aktivitas akuisisi (2019-2021) memiliki perbedaan yang signifikan diantaranya Capital Adequacy Ratio, Net Profit Margin, Debt to Asset Ratio, Total Asset Turnover, dan Earnings Per Share. Namun terdapat beberapa rasio kinerja keuangan pada Platform Meta Inc 3 tahun sebelum (2016-2018) dan sesudah melakukan

aktivitas akuisisi (2019-2021) yang tidak memiliki perbedaan yang signifikan yakni Return on Assets, Return on Equity, Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (Lafifah & Murwanti, 2024).

b. Walt Disney

Perusahaan Walt Disney pertama kali didirikan sebagai "The Disney Brothers Studio" pada bulan Oktober 1923 ketika Walt menandatangani kontrak dengan MJ Winkler untuk memproduksi serial komedi guna mengambil alih di dunia industri hiburan. Perusahaan Walt Disney yang dibangun oleh Walt dan Roy Disney, mereka adalah saudara-saudara yang sangat kreatif dan membangun fondasi untuk mewujudkan mimpi. Perusahaan Walt Disney memulai dengan memproduksi kartun yang sangat populer, seperti Micky Mouse, Putri Salju, Tujuh kurcaci, dan Donald Duck. Disney membuka taman hiburan pertama di Anaheim dengan sebutan Disneyland Pada tahun 1950-an. Sejak awal berdirinya, perusahaan Disney telah berkembang menjadi nama yang paling terkenal di industri hiburan. Disney memperbesar kerajaannya yang mampu memiliki Jaringan Televisi ABC, mengelola 11 tema taman dan 47 resor, serta mengembangkan produk konsumen, dan membuat hiburan interaktif melalui video game seluler, Internet, dan konsol.

George Lucas merekrut Ed Catmull dari Institut Teknologi New York pada tahun 1979 untuk memimpin Divisi Komputer Lucasfilm. Divisi ini bertujuan untuk mengembangkan teknologi komputer yang sangat canggih untuk industri perfilman. Kemudian John Lasseter diundang oleh Pixar pada tahun 1983 untuk bergabung dengan tim mereka untuk membuat film pendek. Tahun berikutnya, Pixar mempekerjakannya sebagai desainer antar muka penuh waktu. Pada tahun 1984, Pixar merilis film pendek pertama mereka yang berjudul *Petualangan dari André & Wally B.*, dengan karakter yang fleksibel, tekstur yang dilukis dengan tangan, dan gerakan buram. Pada tahun 1986, Steve Jobs membeli perusahaan grafis komputer dan mendirikan "Pixar". Hingga saat ini, Pixar mempekerjakan 44 orang.

Hubungan perusahaan antara Disney dan Pixar Animation Studios dimulai pada tahun 1991, dan akan membantu kedua perusahaan tersebut supaya berkembang pesat di tahun-tahun berikutnya. Pada awal kolaborasi, Disney dan Pixar memutuskan untuk memproduksi dan mendistribusikan satu film animasi komputer (pixar 2015). Kemudian akhir kolaborasi antara Disney dan Pixar pada Januari 2006, Perusahaan Walt Disney mengumumkan bahwa mereka akan mengakuisisi Pixar Animation Studios secara keseluruhan senilai \$7,4 miliar (Puspitaningrum et al., 2024).

Pada Maret 2019, Disney membeli beberapa aset 21st Century Fox dengan nilai akuisisi mencapai sekitar 71,3 miliar dolar, yang dimana sekaligus menambah jumlah jaringan stasiun televisi dan film dibawah kepemilikan Disney. Selain itu, Disney meluncurkan Disney+ yaitu layanan streaming video on demand yang bersaing dengan Netflix di Amerika Serikat pada 12 November 2019. Sekarang memiliki peminat lebih dari 10 juta pelanggan. Pasca paruh kedua tahun 2020, layanan Disney+ masuk ke India dan Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Bahkan selama tahap produksi, distribusi, dan eksibisi, Disney kini menjadi pemain dominan di industri media dan hiburan global. Selain itu, Disney membentuk "Disney Music Group" yang mencakup Walt Disney Records dan Hollywood Records, serta "Disney Consumer Products" yang menawarkan berbagai produk seperti mainan, alat tulis, dekorasi rumah, dan "The Disney Store" sebagai toko khusus produk mereka. Untuk menghibur keluarga, "Disney Interactive" menyediakan berbagai permainan digital, seperti game ponsel, game online, dan teknologi interaktif lainnya (Nur, 2019).

Disney membeli Pixar (7,4 miliar USD pada tahun 2006), Marvel (4,4 miliar USD pada tahun 2009), Lucasfilm (4,05 miliar USD pada tahun 2012), dan 21st Century Fox (71,3 miliar USD pada tahun 2019) karena memiliki alasan yang berbeda dari perusahaan tersebut. Misalnya, Disney membeli Lucasfilm untuk hak cipta serial Star Wars, dan membeli 21st Century Fox untuk memasuki pasar layanan streaming. Kinerja keuangannya dipengaruhi oleh penggabungan besar-besaran ini (Korenkova, 2019). Dampak M&A terhadap kualitas produk masih menjadi pertanyaan yang belum terjawab di luar kinerja keuangan. Salah satu ukuran yang jelas untuk fitur utama produk adalah kualitas gambar. Atribut visual, seperti gambar atau teks, adalah cara pelanggan melihat sesuatu dan menjadi faktor utama dalam mengambil keputusan. Kualitas dianggap sebagai keputusan internal produsen. Mereka percaya bahwa semua karakteristik diamati secara sempurna dalam analisis, meskipun tidak dapat diamati. Karena gambar mengandung banyak informasi, sulit untuk mengukur atribut visualnya. Bukan hanya karena inovasi teknologi, beberapa perusahaan melakukan M&A untuk meningkatkan kekuatan pasar mereka atau mendapatkan akses ke pasar baru.

Saat ini, film animasi Disney sangat terkenal karena menyampaikan penyampaian yang luar biasa dan kemampuan mereka untuk menimbulkan perasaan. Film animasi mereka secara konsisten menempati peringkat sepuluh besar film dengan pendapatan kotor tertinggi saat mereka dirilisnya. Namun, ketika penjualan bioskop Disney tidak selalu cemerlang pada akhir tahun 1990-an, mereka menghadapi persaingan yang semakin ketat. Misalnya, Pixar dan Dream Works memasukkan teknologi yang mereka kembangkan, seperti rangkaian yang dihasilkan komputer, ke dalam film mereka. Disney mungkin tidak memiliki teknologi grafis komputer yang luar biasa dibandingkan dengan perusahaan lain, tetapi mereka memiliki kemampuan dalam industri film. Meskipun Pixar memiliki aplikasi perangkat lunak inovatif seperti RenderMan, mereka tidak memiliki jalur distribusi.

Disney berharap untuk meningkatkan kualitas film mereka dan merebut kembali tahta, sedangkan Pixar berharap untuk meningkatkan kekuatan pasar atau mengurangi kerugian keuangan mereka sebagai hasil dari akuisisi ini. Alasan untuk meningkatkan kualitas citra tidak hanya untuk memberikan produk yang lebih baik kepada konsumen, tetapi juga perusahaan ingin mengurangi biayanya. Direktur teknis Pixar pernah mengatakan dalam konferensi VentureBeat's Transform2020 bahwa industri animasi digital modern menghadapi memakan waktu dan biaya tinggi dalam rendering animasi. Mereka mencoba meningkatkan kualitas gambar untuk mengurangi beban kerja dan biaya. Perusahaan ingin meningkatkan kualitas citra untuk memberikan produk yang lebih baik kepada pelanggan dan mengurangi biaya. Dalam konferensi Transform2020 VentureBeat, direktur teknis Pixar menyatakan bahwa rendering animasi digital kontemporer membutuhkan banyak waktu dan biaya. Untuk mengurangi beban kerja dan biaya, mereka meningkatkan kualitas gambar. Untuk mencapai kualitas gambar yang lebih baik, diperlukan inovasi baru untuk membuat teknologi lebih efisien dan lebih murah (Choi, 2022).

3. Analisis S-C-P (Structure, Conduct, dan Performance) Pada Meta Platform dan Walt Disney

Meta Platforms adalah perusahaan induk dari platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp yang beroperasi dalam struktur pasar oligopoli. Tidak berbeda dengan Meta Platform, Walt Disney juga masuk dalam struktur pasar oligopoli. Hal tersebut terjadi lantaran kedua perusahaan tersebut sama-sama mendominasi pasar dibidangnya masing-masing. Meta Platform mendominasi bidang jejaring sosial dan Walt Disney mendominasi industri hiburan dan media.

Pada bidangnya, Meta Platform harus bersaing dengan perusahaan besar lainnya, seperti Google (dengan YouTube) dan Tiktok. Dalam membangun platform media sosial membutuhkan investasi yang besar dalam teknologi, infrastruktur, dan pengguna. Oleh karena itu, hal tersebut akan menciptakan hambatan yang tinggi bagi perusahaan baru untuk bersaing. Apabila Meta Platform tidak mampu menghadapi persaingan tersebut, maka ia tidak akan mampu bertahan lama di industri ini. Untuk mengatasi hal tersebut, Meta Platform pun akhirnya melakukan integrasi dengan platform media sosial lain, seperti WhatsApp dan Instagram. Dengan adanya integrasi yang dilakukan Meta, ia mampu mengubah perilaku perusahaan untuk mengoptimalkan efisiensi dan memperkuat posisi mereka. Meta Platforms memanfaatkan integrasi vertikal antara Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk menciptakan sinergi dan efisiensi operasional, serta memperluas jangkauan pengguna dengan fitur yang saling terhubung.

Dalam pasar oligopoli, tindakan satu perusahaan dapat secara signifikan memengaruhi pesaing lainnya. Misalnya, ketika Tiktok hadir dengan fitur reels, maka pesaingnya akan segera merespons dengan fitur serupa. Hal tersebut dapat kita lihat pada platform Youtube, ia yang semula hanya menyuguhkan fitur penayangan video dengan durasi yang cukup lama (seperti vlog, tayangan berita, dll), saat ini ia pun turut menciptakan fitur “YouTube Shorts” yang serupa dengan fitur reel di Tiktok. Begitu pula dengan Meta yang turut meluncurkan fitur reels di Instagram guna menyaingi Tiktok. Meskipun produk inti dari perusahaan-perusahaan ini adalah platform media sosial, masing-masing memiliki fitur unik dan basis pengguna yang berbeda. Hal tersebut memungkinkan mereka untuk membedakan produk mereka dan bersaing berdasarkan nilai tambah yang ditawarkan. Keunikan yang ada pada Meta Platform yakni fitur grup, komunitas, dan saluran yang ada aplikasi WhatsApp. Selain itu, Meta juga menciptakan fitur baru yang dimana dapat menghubungkan Facebook, WhatsApp, dan Instagram menjadi satu sistem dengan tujuan untuk efektivitas penggunaan. Dengan adanya hal itu, pengguna tidak merasa bosan dan memiliki rasa untuk tetap menggunakan produk yang ditawarkan Meta, serta dapat mengurangi biaya operasional. Selain itu, mereka juga berfokus pada inovasi produk dan layanan, dengan strategi monetisasi yang dominan melalui iklan diberbagai platform mereka. Dengan strategi tersebut, Meta Platforms berhasil meningkatkan pendapatan melalui iklan yang lebih terfokus dan efisien diseluruh platform mereka, memperluas basis pengguna, serta meningkatkan keterlibatan pengguna dimedia sosial.

Sama halnya dengan Meta, Walt Disney pun juga turut menciptakan solusi guna menghadapi persaingan bisnis. Sebagai salah satu perusahaan yang mendominasi industri hiburan dan media, Walt Disney harus berhadapan dengan perusahaan besar lainnya, seperti Warner Bros, Sony Picture, Netflix dan Apple TV+. Dimana masing-masing memiliki pangsa pasar yang signifikan dan pengaruh besar terhadap pasar. Dalam menghadapi persaingan tersebut, Walt Disney melakukan merger dengan perusahaan lain, seperti dengan Pixar Animation Studios, Marvel Entertainment, 21st Century Fox, dan Lucasfilm. Adanya langkah tersebut memungkinkan Disney mendominasi box office global sekaligus memanfaatkan skala ekonominya untuk efisiensi operasional. Selain itu, Walt Disney juga secara aktif melakukan perluasan pasar ke sektor lain, seperti taman hiburan, resort, merchandise, dan layanan streaming digital (Disney+). Strategi lintas promosi tersebut menjadikan Disney tidak perlu mengeluarkan biaya promosi yang besar dan juga memperkuat loyalitas konsumen.

Pada saat perusahaan kompetitornya meluncurkan inovasi, Disney pun turut merespons dengan membuat hal yang serupa. Salah satu inovasi yang diluncurkan yaitu dengan membuat Star Wars: Galaxy's Edge yaitu sebuah area baru di Disneyland yang menggunakan teknologi canggih untuk menciptakan pengalaman imersif tanpa perlu membangun set fisik yang besar serta

membuat Disney's Animal Kingdom yaitu taman hiburan yang fokus pada konservasi satwa liar dan pendidikan tentang pentingnya melindungi alam. Selain itu, Disney juga terus beradaptasi dengan perubahan pasar melalui layanan digitalnya, yaitu Disney+, yang menjadi salah satu pilar utama perusahaan dalam merespons tren konsumsi hiburan modern. Dengan berbagai langkah ini, Disney mampu menjaga keunggulan kompetitifnya, memaksimalkan pendapatan, dan terus menjadi pemimpin pasar di industri hiburan.

KESIMPULAN

Meta Platforms dan Walt Disney telah berhasil menggunakan strategi merger dan integrasi untuk memperkuat posisi mereka di pasar global yang semakin kompetitif. Meta, misalnya, menciptakan ekosistem yang terintegrasi antara Facebook, Instagram, dan WhatsApp, yang tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga menjaga keterlibatan pengguna. Sementara itu, Disney memperluas pengaruhnya dengan mengakuisisi perusahaan besar seperti Pixar dan Marvel, yang membantu mereka mendominasi industri hiburan sekaligus memperkuat skala ekonominya. Melalui langkah ini, kedua perusahaan berhasil meningkatkan pendapatan, memperluas pangsa pasar, dan menciptakan sinergi yang nyata. Meta kini mendominasi sektor media sosial dengan miliaran pengguna aktif, sedangkan Disney tidak hanya menguasai box office global tetapi juga berhasil mendiversifikasi bisnisnya ke sektor lain seperti taman hiburan dan layanan digital. Meski demikian, strategi ini juga menghadirkan tantangan, terutama dalam menghadapi persaingan ketat dan kritik terhadap dominasi mereka di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R. D., & Widhiastuti, R. N. (2021). Dampak Merger dan Akuisisi Pada Kinerja Keuangan (Studi Kasus Sektor Perbankan Di Indonesia). *REMITTANCE: JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN PERBANKAN*, 2(2), 16–24.
- Ardiansyah, R., Faqih, A. Al, Utama, R. E., Manajemen, J., & Muhammadiyah, U. (2024). Merger dan Akuisisi. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 3(7), 31–40. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Choi, Y. (2022). *What is the Effect of the Corporate Marriage of Disney and Pixar on Their Films' Image Quality?* (No. 22–08).
- Gradiani, S. (2024). Analisis Mengenai Facebook. *JAMASTIKA*, 3(1), 102–109.
- Hanifah, R., & Yasin, M. (2024). Konglomerasi, Merger, dan Skala Ekonomi Tahap Pertumbuhan Industri. *JREA: Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 266–275. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v2i1.1326>
- Harilinawan, M. (2024). Konsentrasi Industri dan Integrasi Industri Terhadap Ekonomi Industri Baru. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 2(1), 56–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jepi.v2i1.264>
- Johan, S. (2021). Merger and Acquisition Integration Model: A Practical Approach. *Jurnal Bisnis Strategi*, 30(1), 35–46. <https://doi.org/10.14710/jbs.30.1.35-46>
- Korenkova, T. (2019). *Disney-Fox Deal: Valuation of an Acquisiton*. Barcelona School of Management.
- Kurdhi, N. A., Fatmayati, A., Mahadewi, E. P., Yoseva, D., Wijaya, I. G. B., Juliansyah, R., Syahadat, R. M., Abbas, A., Putra, S. S., Hidayatullah, D., Awaludin, D. T., Puryandani, S., Karmila, N., & Permatasari, M. (2023). Teori Ekonomi Industri. *Widina Media Utama*.
- Lafifah, C. N., & Murwanti, S. (2024). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Akuisisi Pada Meta Platforms, Inc. *YUME: Journal of Management*, 7(3), 521–

535.

- Lara, M., Salais, T., Saucedo, J., Marmolejo-Saucedo, J. A., Salais-Fierro, T. E., & Vasant, P. (2020). Vertical and Horizontal Integration Systems in Industry 4.0. *Wireless Networks*, 26(7), 4767–4775. <https://doi.org/10.1007/s11276-018-1873-2>
- Mohamma, S. A. N., & Agilga, O. T. (2022). Analisis Merger Bank Syariah Indonesia (BSI) Dengan Pendekatan Masalah Mursalah. *Tasyri' Journal of Islamic Law*, 1(2), 319–350.
- Muhammad Yasin, Danendra Bramantyo, Jasmine Damayanti, & M. Ibrahim Baihaqi. (2023). Pengaruh Merger Dan Konglomerasi Terhadap Penilaian Industri. *MENAWAN: Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 1(6), 246–254. <https://doi.org/10.61132/menawan.v1i6.103>
- Mustikadara, I. S., & Irfansyah, F. (2023). Fenomena Meta , Sinergi 3 Platform Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Visual Wimba*, 14(1), 1–15.
- Nababan, A. Y., Rahmawati, E., Saputra, E. G., Rivanti, F., & Fatyandri, A. N. (2023). Analisa Strategi Diversifikasi Pada PT . Indosat Tbk. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 422–427.
- Nur, F. A. (2019). Hegemoni Kerajaan Hiburan Disney. *Komodifikasi*, 7(2), 291–313.
- Perangin-Angin, A. L. B., Hanifah, R. K., Ayu Alfina Wijiyanti, E., & Panggiarti, E. K. (2023). Tantangan dan Dampak Akuisisi dan Merger Bagi Peningkatan Kinerja Keuangan Perusahaan. *Musyari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 2(8). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Puspitaningrum, D., Ekowati, S., Priatna, & Bender, G. W. (2024). Konglomerasi Walt Disney Company dan Implikasinya di Indonesia Dalam Kajian Ekonomi Politik Media. *Al Mikraj: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 4(2), 1804–1814. <https://doi.org/https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i02.5432> AL
- Sultoni, H., & Mardiana, K. (2021). Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah Bumt Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 08(01), 17–40.
- Supriyanto, A., Burhanuddin, Arifin, I., & Setiawan, A. C. (2020). *Strategi Penerapan Model-Model Integrasi Budaya Baru Orgaisari*. Inteligensia Media.
- Tarigan, J., Yenewan, S., & Natalia, G. (2016). Merger dan Akuisisi dari Prespektif Strategis dan Kondisi Indonesia (Pendekatan Konsep dan Studi Kasus). *Ekuilibria*.
- Teguh, M. (2020). *Ekonomi Industri. Rajawali Pers* (1st ed.).
- Thomas, L., & Bhat, S. (2022). An Overview of Facebook's Journey to Meta - A Case Study. *International Journal of Case Studies in Business, IT, and Education (IJCSBE)*, 6(1), 268–287. <https://doi.org/https://doi.org/10.47992/IJCSBE.2581.6942.0164>
- Wibowo, F. A. (2012). *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum dan Sesudah Merger dan Akuisisi (Studi Pada Perusahaan Yang Melakukan Merger Dan Akuisisi, Periode 2004-2010)*. Universitas Diponegoro.