Analisi s Kasus Akuisisi Perusah aan

(BenQ mengakuisisi Siemens)



(Makalah ini disusu n untuk memenuhi tugas akhir semester 2 Mata Kuliah Pengantar Manajemen kelas B pengampu ibu Asmadhini HR S.Si.,MM)

Disusun Oleh:

Rifa Fitrianti

14611094

JURUSAN STATISTIKA

FAKULTAS MATE MATIKA DAN ILMU PENGETAH UAN ALAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2015

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki era perdagangan bebas persaingan usaha diantara perusahaan semakin ketat. Kondisi demikian menuntut perusahaan untuk selalu mengembangkan strategi perusahaan agar dapat bertahan atau dapat lebih berkembang. Untuk itu, perusahaan perlu mengembangkan suatu strategi yang tepat agar perusahaan bisa mempertahankan eksistensinya dan memperbaiki kinerjanya. Sebagaimana sebuah organisme, perusahaan akan mengalami berbagai kondisi yaitu pertumbuhan dan berkembangnya secara dinamis, berada pada kondisi statis dan mengalami proses kemunduran atau pengkerutan. Dalam rangka tumbuh dan berkembang ini perusahaan bisa melakukan ekspansi bisnis dengan memilih salah satu diantara dua jalur alternatif yaitu pertumbuhan dari dalam perusahaan, dan pertumbuhan dari luar perusahaan

Salah satu cara untuk menjadi perusahaan yang besar dan kuat melalui ekspansi. Ekspansi perusahaan dapat dilakukan baik dalam bentuk ekspansi internal maupun ekspansi eksternal. Ekspansi internal terjadi pada saat divisi-divisi yang ada dalam perusahaan tumbuh secara normal melalui kegiatan menambah kapasitas pabrik, menambah unit produksi, dan menambah divisi baru (capital budgeting), sedangkan ekspansi eksternal dapat dilakukan dalam bentuk penggabungan usaha (business combination) (Husnan. 1998: 647).

Akuisisi adalah strategi pertumbuhan eksternal dan merupakan jalur cepat untuk mengakses pasar baru produk baru tanpa harus membangun dari awal. Terdapat penghematan waktu yang sangat signifikan antara pertumbuhan internal dan eksternal melalui merger dan akuisisi. Alasan sebuah perusahaan bergabung dengan perusahaan lain atau membeli perusahaan lain, karena hal ini (merger dan akuisisi) lebih cepat dan mudah prosesnya daripada perusahaan tersebut harus membangun unit usaha sendiri. Faktor yang paling mendasari sebenarnya adalah motif ekonomi, karena jika kita membeli perusahaan lain, maka pembelian tersebut hanya dapat dibenarkan apabila pembelian tersebut menguntungkan, namun jika pembelian tersebut merugikan maka tidak akan terjadi transaksi. Pada hakikatnya transaksi harus menguntungkan kedua

belah pihak. Kondisi saling menguntungkan tersebut akan terjadi jika dari peristiwa merger dan akuisisi diperoleh sinergi.

Di Indonesia didorong oleh semakin besarnya pasar modal, transaksi merger dan akuisisi semakin banyak dilakukan. Di Indonesia praktek akuisisi umumnya dilakukan oleh satu grup (internal acquition) khusus pada perusahaan yang go publik. Alasan perusahaan melakukan merger dan akuisisi adlaah untuk memperoleh sinergi, *strategic* *opportunities*, meningkatkan efektifitas dan mengeksploitasi *mis-pricing* di pasar modal.Pada umumnya tujuan dilakukannya merger dan akuisis adalah mendapatkan sinergi dan nilai tambah. Keputusan untuk merger dan akuisisi bukan sekedar menjadikan dua ditambah dua menjadi empat tetapi merger dan akuisis harus menjadikan dua ditambah dua menjadi lima dan seterusnya.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perusahaan Siemens mengalami akuisisi dengan BenQ. Dan apa yang menyebabkan perusahaan mengalami akuisisi?
2. Bagaimana perubahan perusahaan setelah dilakukan akuisisi?

1.3 Tujuan

1. Mengetahui alasan yang menyebabkan perusahaan Siemens di akuisisi oleh BenQ.
2. Mengetahui perubahan yang terjadi setelah perusahaan Siemens di akuisisi oleh BenQ.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Definisi Akuisisi

Akuisisi telah menjadi topik populer dalam beberapa tahun terakhir ini. Pada awalnya, peristiwa akuisisi hanya terbatas pada kalangan komunitas pelaku bisnis, namun sekarang masyarakat mulai familiar dengan akuisisi. Perubahan yang signifikan dalam lingkungan bisnis seperti globalisasi, deregulasi, kemajuan komputer dan fragmentasi pasar menciptakan persaingan yang sangat ketat. Untuk itu perusahaan perlu mengembangkan strategi yang tepat agar perusahaan bisa mempertahankan eksistensinya dan memperbaiki kinerjanya. Perusahaan bisa memperluas usahanya dengan menambah kapasitas produksi, membangun perusahaan baru atau dengan membeli perusahaan lain (Gunawan dan Hartanti, 2005).

Kata akuisisi sendiri berasal dari bahasa Latin yaitu *acquisitio* dari kata kerja *acquirere*. Sedangkan Akuisisi dalam bahasa Inggris yaitu *acquisition* yang berarti pengambil alihan. Jadi akuisisi adalah pengambil-alihan (*take over*) sebuah perusahaan dengan membeli saham atau aset perusahaan tersebut, perusahaan yang dibeli tetap ada (Brealey, Myers, & Marcus, 1999, p. 598). Akuisisi dimaksudkan agar perusahaan yang di akuisisi dapat dimaksimalkan sumber dayanya untuk kepentingan perusahaan utama dan kepentingan perusahaan yang di akuisisi tersebut. Perusahaan yang di akuisisi akan melaksanakan semua kegiatannya secara normal namun kemudian pertanggung jawabannya tidak lagi pada perusahaan itu sendiri, namun kepada perusahaan pengakuisisi yang bertindak sebagai induk perusahaan.

2.2 Motif Melakukan Akuisisi

Pada prinsipnya terdapat dua motif yang mendorong sebuah perusahaan melakukan akuisisi yaitu motif ekonomi dan motif non-ekonomi. Motif ekonomi berkaitan dengan esensi tujuan perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan atau memaksimumkan kemakmuran pemegang saham. Di sisi lain, motif non ekonomi adalah motif yang bukan didasarkan pada esensi tujuan perusahaan tersebut, tetapi didasarkan pada keinginan subyektif atau ambisi pribadi pemilik atau manajemen perusahaan (Moin, 2003 dalam Hadiningsih, 2007).

2.2.1 Motif ekonomi

Esensi tujuan perusahaan dalam perspektif manajemen keuangan adalah seberapa besar perusahaan mampu menciptakan nilai (value creation) bagi perusahaan dan bagi pemegang saham. Akuisisi memiliki motif ekonomi yang tujuan jangka panjangnya adalah untuk mencapai peningkatan nilai tersebut. Oleh karena itu seluruh aktivitas dan pengambilan keputusan harus diarahkan untuk mencapai tujuan ini. Motif strategis juga termasuk motif ekonomi ketika aktivitas akuisisi dilakukan untuk mencapai posisi strategis perusahaan agar memberikan keunggulan kompetitif dalam industri (Hadiningsih, 2007).

2.2.2 Motif sinergi

Salah satu motivasi atau alasan utama perusahaan melakukan akuisisi adalah menciptakan sinergi. Sinergi merupakan nilai keseluruhan perusahaan setelah akuisisi yang lebih besar dari pada penjumlahan nilai masing-masing perusahaan sebelum akuisisi.Sinergi dihasilkan melalui kombinasi aktivitas secara simultan dari kekuatan atau lebih elemen-elemen perusahaan yang bergabung sedemikian rupa sehingga gabungan aktivitas tersebut menghasilkan efek yang lebih besar dibandingkan dengan penjumlahan aktivitas-aktivitas perusahaan jika mereka bekerja sendiri. Pengaruh sinergi bisa timbul dari beberapa sumber:

1. Penghematan operasi, yang dihasilkan dari skala ekonomis dalam manajemen, pemasaran, produksi atau distribusi;
2. Penghematan keuangan, yang meliputi biaya transaksi yang lebih rendah dan evaluasi yang lebih baik oleh para analisis sekuritas;
3. Peningkatan penguasaan pasar akibat berkurangnya persaingan (Brigham, 2001).

2.2.3 Motif diverifikasi

Diversifikasi adalah strategi pemberagaman bisnis yang bisa dilakukan melalui akuisisi. Diversifikasi dimaksud untuk mendukung aktivitas bisnis dan operasi perusahaan untuk mengamankan posisi bersaing. Akan tetapi jika melakukan diversifikasi yang semakin jauh dari bisnis semula, maka perusahaan tidak lagi berada pada koridor yang mendukung kompetensi inti (core competence). Disamping memberikan manfaat seperti transfer teknologi dan pengalokasian modal, diversifikasi juga membawa kerugian yaitu adanya subsidi silang.

2.2.4 Motif non-ekonomi.

Aktivitas akuisisi terkadang dilakukan bukan untuk kepentingan ekonomi saja tetapi juga untuk kepentingan yang bersifat non-ekonomi, seperti prestisedan ambisi. Motif non-ekonomi bisa berasal dari manajemen perusahaan atau pemilik perusahaan.

2.3 Jenis-jenis Akuisisi

Dalam praktek akuisisi banyak dikenal dalam beberapa jenis, antara lain seperti :

1. Akuisisi Horizontal

Akuisisi perusahaan dimana perusahaan yang di akuisisi adalah para pesaingnya, baik pesaing yang mempunyai produk yang sama, atau yang memiliki teritorial pemasaran yang sama, dengan tujuan untuk memperbesar pangsa pasar atau membunuh pesaing.

1. Akuisisi Vertikal

Akuisisi oleh suatu perusahaan terhadap perusahaan lain yang masih dalam satu mata rantai produksi, yakni suatu perusahaan dalam arus pergerakan produksi dari hulu ke hilir.

1. Akuisisi Konglomerat

Akuisisi terhadap perusahaan yang tidak terkait baik secara horizontal maupun vertikal

1. Akuisisi Eksternal

Akuisisi yang terjadi antara dua atau lebih perusahaan, masing-masing dalam grup yang berbeda, atau tidak dalam grup yang sama.

1. Akuisisi Internal

Kebalikan dari akuisisi eksternal, dalam akuisisi internal perusahaan-perusahaan yang melakukan akuisisi masih dalam satu grup usaha.

1. Akuisisi Saham

Akuisisi perusahaan dimana yang diakuisisi atau dibeli adalah sahamnya perusahaan target, baik dengan uang tunai, maupun dibayar dengan sahamnya pengakuisisi atau perusahaan lainnya. Untuk dapat disebut transaksi akuisisi, maka saham yang dibeli tersebut haruslah paling sedikit 51% (*simple majority*), atau paling tidak setelah akuisisi tersebut, pihak pengakuisisi memegang saham paling tidak 51%.sebab jika kurang dari presentase tersebut, perusahaan target tidak bisa di kontrol, karenanya yang terjadi hanya jual beli saham biasa saja.

1. Akuisisi Aset

Pegakuisisian terhadap aset perusahaan target dengan atau tanpa ikut mengasumsi atau mengambil alih seluruh kewajiban perusahaan target terhadap pihak ketiga.

1. Kombinasi

Kombinasi antara akuisisi saham dengan akuisisi aset.

1. Akuisisi Bertahap

Akuisisi yang tidak dilaksanakan sekaligus, misalnya dengan pembelian *convertible* *bonds* oleh perusahaan pengakuisisi, maka tahap pertama perusahaan pengakuisisimendrop dana ke perusahaan target lewat pembelian *bonds* yang kemudian ditukar dengan *equity*, jika kinerja perusahaan target semakin baik, hak opsi ada pada pemilik *convertible bonds*, yang adalah Perusahaan pengakuisisi.

1. Akuisisi Strategis

Akuisisi perusahaan yang dilakukan dengan latar belakang untuk meningkatkan produktivitas perusahaan, sebab dengan akuisisi diharapkan dapat meningkatkan sinergi usaha, mengurangi resiko, memperluas pangsa pasar, meningkatkan efisiensi dsb.

1. Akuisisi Finansial

Akuisisi yang dilakukan untuk meningkatkan keuntungan finansial semata-mata dalam waktu sesingkat-singkatnya bersifat spekulatif, dengan keuntungan yang diharapkan lewat pembelian saham/aset yang murah tetapi dengan income perusahaan target yang tinggi.

2.5 Keuntungan Akuisisi

Keuntungan-keuntungan yang diperoleh perusahaan yang melakukan merger dan akuisisi :

1. Pengurangan tenaga kerja.
2. Dari pencapaian tingkat skala ekonomi.
3. Dari penguasaan teknologi baru.
4. Sinergi juga bisa meningkatkan jangkauan pasar perusahaan.
5. Dari peuang memperoleh pembiayaan yang lebih besar.

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Akuisisi Siemens oleh BenQ

Pembelian sebagian besar saham Siemens oleh BenQ. Siemens merupakan sebuah produsen ponsel dari jerman ini didirikan pada 12 Oktober 1847 oleh werner von siemens. Setelah sempat menjadi penguasa pasar eropa, kemudian pada tahun 2005 Siemens mengalami kerugian operasional sebesar US$ 170 juta, setelah pangsa pasarnya terus mengalami penurunan. Saat ini, Siemens hanya menguasai sekitar 5% pasar ponsel dunia, sangat jauh tertinggal dari Nokia yang menguasai 30% pasar.

Kerugian yang didapat tersebut kemudian memaksa Siemens menjual saham pada BenQ yang kemudian BenQ akan menggunakan merek Siemens dalam produknya selama lima tahun sebagai akibat dari perjanjian akuisisi tersebut. Perusahaan Taiwan tersebut juga akan melakukan take over terhadap 6.000 pekerja namun hanya sebagai karyawan kontrak. Kalangan analis pasar modal menilai, langkah Siemens untuk mengalihkan unit ponselnya ke BenQ melalui akuisisi yang dilakukan BenQ adalah yang terbaik daripada meningkatkan dana tunai untuk mempertahankan kestabilan bisnis. Dalam penutupan perdagangan di Bursa Efek Frankfurt kemarin, saham Siemens naik EUR 1.19 atau 1,94 persen menjadi EUR 62,40.

Telah diketahui bahwa perusahaan Siemens pernah diakuisisi oleh BenQ. Namun disayangkan, kerja sama tersebut hanya bertahan selama tiga tahun, dan BenQ akhirnya menetapkan untuk tidak menggunakan nama Siemens lagi. Alasan BenQ tidak lagi mencantolkan nama Siemens di belakang namanya disebabkan karena target penjualan ketika itu tidak tercapai. Eko Handoko Wijaya, Country General Manager BenQ, mengungkapkan bahwa akuisisi hanya bertahan selama dua atau tiga tahun sebab kerjasama tidak baik dan target tidak tercapai. Kami pun menetapkan untuk berjalan sendiri dengan tidak menggunakan nama Siemens. Walaupun begitu, kami sukses meningkatkan penjualan Siemens yang ketika itu menurun saat diakuisisi. Eko Handoko menjelaskan bahwa ketika kerja sama dengan Siemen pihaknya bisa memasarkan sekitar 18 juta handset.

Pihaknya juga menklaim bahwa BenQ bakal lebih berhasil walaupun tidak bersama Siemens lagi. Eko menambahakan bahwa mereka memiliki produk yang bagus. Dia mengibaratkan membuat kue, dan mau dikenal dengan nama mereka sendiri. Tahun ini BenQ juga sudah memiliki rencana untuk merilis sekurang-kurangnya lima seri smartphone Siemens. Di Tanah Air, BenQ baru saja merilis seri B501. Ponsel yang diperuntukkan bagi perempuan tersebut menyediakan fitur selfie unggulan. (babatpost.com 24 April 2015).

3.2 Analisis Kasus

3.2.1 Perubahan yang Terjadi

Setelah Siemens berhasil diakuisisi oleh BenQ pengunaan brand produk tidak lagi mencantumkan nama besar Siemens ataupun BenQ-Siemens, namun beralih menjadi BenQ saja. Selain itu terjadi pula pemindah tanganan kepemilikan saham Siemens oleh BenQ. Hingga pada akhirnya, status kepemilikan Siemens menjadi hak sepenuhnya ditangan BenQ.

3.2.2 Alasan dilakukannya Akuisisi

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa alasan BenQ

mengakuisisi Siemens antaralain:

a. Siemens Mengalami Kerugian

Langkah strategis Siemens AG melepas divisi Siemens mobile device sudah pasti dikarenakan kerugian yang terus menerus menghantam dua tahun belakangan. Siemens kurang begitu sukses di pasar pada seri 55 dan 65. Untuk seri 55 dipandang vendor ini agak telat meluncurkan produk ke pasar, padahal vendor lain dengan teknologi lebih unggul sudah lebih dulu launch di pasar lokal. Begitu pula seri 65, banyak yang beranggapan juga telat, padahal dari sisi teknologi cukup bagus. Cuma sayang Siemens harus ‘berdarah-darah’ di seri 65, banyak software nya yang trouble. Akibatnya Siemens di Eropa harus menarik ribuan unit produk yang ada di pasaran.

Sebagai gambaran total kerugian unit bisnis Siemens device pada tahun fiskal 2004 mencapai 152 juta Euro. Penjualan pun terus merosot, dari Januari hingga akhir Maret turun 27,3 persen atau 9,3 juta unit, sedang pada periode yang sama tahun sebelumnya penjualan mencapai angka 12,8 juta unit. Kerugian per

hari pun disebutkan mencapai 1 juta Euro. Lothar Pauly, president and CEO Siemens Communication pernah mengungkapkan jika ada kelambatan distribusi hal tersebut lebih dikarenakan masalah shipping (pengapalan).

Siemens bukan vendor kacangan di Indonesia. Meski kini sudah diakuisisi BenQ, pada periode tahun 2000 sampai 2002 pernah menjadi vendor peringkat dua besar setelah Nokia di Indonesia. Di kala itu produk seri C/M/S 35, seri ME45, S45 dan SL45 sangat laris di pasar. Data dari Gfk Asia Ptr Ltd tahun 2001 pernah menjelaskan posisi Siemens pernah menyodok Ericsson. Menjelang dijalankannya akuisisi justru tidak ada perubahan pada pola pemasaran ponsel Siemens di Indonesia. Terbukti PT. Dian Graha malah menggenjot penjualan seri M 75 dan CX75 yang menjadi andalan. Di pasar internasional pun demikian, malahan Siemens pada 11 Agustus lalu di Madrid, Spanyol kembali meluncurkan seri terbaru CF110 dan CC75.

1. Margin Keuntungan yang Merosot

Informasi dari Gartner menjelaskan pada kuartal pertama tahun ini penjualan ponsel di dunia mencapai lebih dari 750 juta, meningkat 13 persen dari kuartal pertama tahun lalu. “Saat ini lebih banyak ponsel yang terjual, tetapi margin keuntungan dari vendor terus menyusut. Ini disebabkan konsumen baru lebih banyak membutuhkan ponsel dengan harga murah, dan kompetisi yang ketat antar vendor mengharuskan harga jual semakin rendah”, papar Ben Wood, researh VP for mobile terminal Gartner. Tren ini menjadikan vendor-vendor kecil semakin tertekan dengan margin kecil. Beberapa vendor yang tidak kuat memilih menutup usaha atau melakukan penjualan unit bisnis. Tidak hanya Siemens yang mengalami cerita pilu ini, pola yang serupa pun harus dilalui Alcatel dengan menjual unit bisnis ponselnya ke TCL. Melihat pola-pola ini, sudah pasti kisah sukses Sony Ericsson layak jadi rujukan vendor yang kepepet.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapat diambil simpulan sebagai berikut:

Bahwa alasan utama perusahaan lebih melakukan merger dan akuisisi adalah sebagai strategi utama perusahaan dalam pengembangan perusahaannya, karena dengan strategi tersebut perusahaan tidak perlu memulai awal bisnis yang baru karena bisnis share perusahaan telah terbentuk sebelumnya, sehingga tujuan perusahaan akan dapat dengan cepat terwujud. Selain itu banyak keuntungan lain yaitu peningkatan SDM perusahaan, peningkatan kemampuan dalam hal pemasaran, skill manajerial, riset, perpindahan atau transfer teknologi, dan adanya efisiensi biaya produksi perusahaan. Bagi pihak manajemen, keputusan akuisisi yang tepat, akan mampu meningkatkan harga saham perusahaan juga akan memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham. Atas hal tersebut manajemen akan memperoleh insentif atau bonus atas keputusan akuisisi tersebut.

Motif yang melatar belakangi dilakukannya akuisisi yaitu motif ekonomi dan motif non ekonomi. Motif ekonomi berkaitan dengan esensi tujuan perusahaan yaitu untuk meningkatkan nilai perusahaan atau memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Termasuk motif ekonomi adalah motif untuk mencapai sinergi dan motif untuk mencapai posisi strategi. Motif strategi dimaksudkan untuk membangun keunggulan kompetitif jangka panjang perusahaan yang pada akhirnya bermuara kepada peningkatan nilai perusahaan atau peningkatan kemakmuran pemegang saham. Di sisi lain motif non ekonomi adalah motif yang bukan didasarkan pada esensi tujuan perusahaan tersebut, tetapi didasarkan pada keinginan subjektif atau ambisi pribadi pemilik atau manajemen perusahaan. Hanya alasan yang bersifat ekonomis dan rasional yang bisa diterima sehingga aktivitas merger dan akuisisi bisa dipertanggungjawabkan.

DAFTAR PUSTAKA

Areumayang. 2013. *Jenis Marger Akuisisi.* http://areummayang-jenis-marger-dan-akuisisi.blogspot.com/2013/02/jenis-merger-akuisisi.html

Helpiani. 2015. *Contoh Kasus yang Sedang In Dalam Masalah Akuisisi.* http://helpiani-13211277.blogspot.com/2015/02/contoh-kasus-yang-sedang-in-dalam.html (28 Juli 2015 pukul 15.40 WIB)

Markurmambang. 2012. *Jejak Terakhir Siemens Mobile.* http://maskurmambang-

.com/2012/04/25/jejak-terakhir-siemens-mobile/ (28 Juli 2015 pukul 20.50 WIB)

Metrikedu. 2012. *Merger dan Akuisisi.* http://metrix-edu-merger-dan-akuisisi-

.blogspot.com/2012/04/merger-dan-akuisisi.html (28 Juli 2015 pukul 15.30 WIB) Mlenny. 2013. *Makalah Pengantar Ekonomi Perusahaan.* http://mlenny2-mklh-

.blogspot.com/2013/06/makalah-pengantar-ekonomi-perusahaan\_16.html (28 Juli 2015 pukul 15.40 WIB)

Swa. 2014. *Siemens Jual Divisi Ponselnya pada BenQ.* http://swa.co.id/listed-articles/siemens-jual-divisi-ponselnya-pada-benq (28 Juli 2015 pukul 20.40 WIB)

Ubanzholic. 2009. *Motif Melakukan Merger dan Akuisisi.* http://ubanzholic-akuisisi-merger.blogspot.com/2009/12/motif-melakukan-merger-dan-akuisisi.html (28 Juli 2015 pukul 20.40 WIB)