Jurnal Akuntansi dan Bisnis (Akuntansi) Vol 6, No.1, Mei 2026, pp. 260 - 267
p-ISSN : 2808-9022 (print)
e-ISSN : 2798-1789 (online)
http://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/JIAB ■ page 260

STRATEGI KEPUTUSAN INVESTASI PERUSAHAAN GOTO DALAM MENGHADAPI KRISIS VALUASI PASCA PANDEMI

Tuti Sriwedari[1], Nabila Kesya Azzahra Siregar[2], Ayu Primsa Tarigan[3], Dira Febrina Sebayang[4], Rahman[5], Muhammad Rayhan Satria[6]
[1] Universitas Negeri Medan
Jl. William Iskandar, Kec. Percut Sei Tuan, Kota Medan, Indonesia, e-mail: tutisriwedari@unimed.ac.id
[2] Universitas Negeri Medan
Jl. William Iskandar, Kec. Percut Sei Tuan, Kota Medan, Indonesia, e-mail: nabilakesya1212@gmail.com
[3] Universitas Negeri Medan
Jl. William Iskandar, Kec. Percut Sei Tuan, Kota Medan, Indonesia, e-mail: ayuprimsa0@gmail.com
[4] Universitas Negeri Medan
Jl. William Iskandar, Kec. Percut Sei Tuan, Kota Medan, Indonesia, e-mail: dirasebayang21@gmail.com
[5] Universitas Negeri Medan
Jl. William Iskandar, Kec. Percut Sei Tuan, Kota Medan, Indonesia, e-mail: rahman.ds2036@gmail.com
[6] Universitas Negeri Medan
Jl. William Iskandar, Kec. Percut Sei Tuan, Kota Medan, Indonesia, e-mail: rayhansatria052004@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received 16 October 2025
Received in revised form 23 May 2026
Accepted 30 May 2026
Available online 31 May 2026

ABSTRACT

This study analyzes the investment strategies implemented by PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GoTo) in response to the post-pandemic valuation crisis. Using a qualitative descriptive approach based on secondary data and literature review, this research examines how GoTo realigned its investment direction amid market pressures. Findings indicate that GoTo successfully transitioned from aggressive expansion to a more selective and efficiency-oriented strategy. Key measures included cost control, portfolio restructuring, and strengthening financial fundamentals through disciplined cash flow management and zero-based budgeting. The company also leveraged digital innovation and business diversification, particularly in fintech and logistics, to create recurring income and enhance ecosystem synergy. As a result, GoTo improved cost efficiency, restored investor confidence, and achieved its first annual underlying profit. This study concludes that adaptive investment strategies balancing growth and profitability are essential for tech companies facing valuation corrections. The case of GoTo provides valuable insights for other digital firms navigating post-crisis economic uncertainty while pursuing long-term sustainability.
Keywords: *strategy, investment, GoTo.*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi investasi PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk dalam menghadapi krisis valuasi pascapandemi. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis data sekunder dan telaah literatur, penelitian ini mengkaji penataan ulang arah investasi GoTo di tengah tekanan pasar. Temuan menunjukkan bahwa GoTo berhasil bertransisi dari ekspansi agresif menuju pendekatan selektif dan berorientasi efisiensi. Langkah kunci meliputi pengendalian biaya, restrukturisasi portofolio, serta penguatan fundamental keuangan melalui manajemen arus kas yang disiplin dan penganggaran berbasis nol. Perusahaan juga memanfaatkan inovasi digital dan diversifikasi bisnis, khususnya di sektor fintech dan logistik, untuk menciptakan pendapatan berulang serta

Received October 16, 2025; Revised May 23, 2026; Accepted May 30, 2026

p-ISSN: 2808-9022 e-ISSN: 2798-1789

sinergi ekosistem. Hasilnya, GoTo meningkatkan efisiensi biaya, memulihkan kepercayaan investor, dan mencapai laba tahunan pertama. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi investasi adaptif yang menyeimbangkan pertumbuhan dan profitabilitas sangat penting bagi perusahaan teknologi yang menghadapi koreksi valuasi. Kasus GoTo memberikan wawasan berharga bagi perusahaan digital lain dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi pascakrisis.
Kata Kunci: strategi, investasi, GoTo.

1. PENDAHULUAN

Krisis valuasi yang melanda sektor startup digital setelah pandemi COVID-19 telah membawa perubahan besar terhadap arah investasi dan kebijakan keuangan perusahaan teknologi di berbagai negara. Setelah periode ekspansi agresif pada tahun 2020–2021, pasar modal ventura mengalami penurunan tajam baik dari sisi pendanaan maupun valuasi perusahaan. (CB Insights, 2024) menyebut fenomena ini sebagai fase *"valuation correction"* (koreksi valuasi) dalam ekosistem startup global. Kondisi tersebut menandai perubahan fokus dari pertumbuhan cepat berbasis pembakaran modal (*cash burn*) menuju orientasi pada efisiensi operasional dan keberlanjutan bisnis jangka panjang.

GoTo, sebagai perusahaan teknologi terbesar di Indonesia hasil penggabungan antara Gojek dan Tokopedia, turut menghadapi tekanan valuasi yang cukup besar sejak melaksanakan penawaran umum perdana (IPO). Meskipun demikian, GoTo berhasil menunjukkan peningkatan kinerja melalui langkah restrukturisasi dan optimalisasi strategi investasi. (Financial Times, 2025)melaporkan bahwa GoTo telah *"reached its first annual profit"* (mencapai laba tahunan pertamanya) setelah melakukan serangkaian penyesuaian yang menitikberatkan pada efisiensi dan pengendalian biaya. Capaian tersebut mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam beralih dari strategi pertumbuhan agresif menuju profitabilitas yang lebih berkelanjutan (Financial Times, 2025).

Dalam laporan resminya, GoTo menjelaskan bahwa strategi baru perusahaan difokuskan pada perluasan pasar potensial (*total addressable market*) dengan menargetkan konsumen yang lebih sensitif terhadap harga. Selain itu, GoTo memperkuat produk keuangan dengan margin tinggi seperti *consumer lending* untuk meningkatkan profitabilitas. Pihak perusahaan menyatakan bahwa, *"we are expanding our total addressable market with a focus on budget-conscious consumers, while launching and growing higher margin products such as those in consumer lending"* (kami memperluas pasar potensial dengan fokus pada konsumen yang sadar harga, sembari meluncurkan dan mengembangkan produk dengan margin tinggi seperti pinjaman konsumen) (GoTo, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa GoTo berupaya menyeimbangkan antara pertumbuhan dan profitabilitas melalui alokasi investasi yang lebih selektif dan terukur.

Perubahan arah strategi investasi GoTo juga tercermin dalam kebijakan perusahaan yang memusatkan investasi pada sektor fintech dan logistik, serta melakukan efisiensi terhadap lini bisnis yang kurang produktif. Menurut laporan (TechNode Global, 2024),sektor fintech menjadi salah satu penopang utama peningkatan kinerja GoTo dan berkontribusi besar terhadap pencapaian target *adjusted EBITDA break-even.* Temuan ini sejalan dengan pandangan (Govindarajan & Srivastava, 2022) yang menegaskan bahwa *"a natural impulse in downturns is to cut costs across the board, but strategic investments must continue"* (dorongan alami dalam masa krisis adalah memangkas biaya secara menyeluruh, tetapi investasi strategis harus tetap berlanjut agar perusahaan mampu bertahan dalam tekanan ekonomi).

Dari perspektif akademik, langkah yang diambil GoTo menggambarkan penerapan prinsip manajemen strategis yang adaptif dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi. (Rasyid et al., 2024) menemukan bahwa setelah masa *"winter 2022"*, faktor-faktor seperti posisi pasar relatif, tingkat profitabilitas, serta peran pendiri perusahaan menjadi determinan penting bagi keberhasilan startup dalam mempertahankan valuasi di tengah tekanan pasar. Oleh karena itu, kasus GoTo menjadi contoh yang relevan untuk memahami bagaimana perusahaan digital besar bertransisi dari model pertumbuhan berbasis pendanaan ventura menuju keberlanjutan finansial jangka panjang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana GoTo menyesuaikan strategi investasi dan kebijakan keuangannya dalam menghadapi krisis valuasi pasca pandemi. Selain itu, penelitian ini juga bermaksud mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi perusahaan serta menilai dampaknya terhadap kinerja dan nilai perusahaan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian manajemen strategis di sektor digital, sekaligus menawarkan implikasi praktis bagi startup lain dalam menavigasi tantangan ekonomi pasca krisis valuasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Strategi Investasi dalam Kondisi Krisis Valuasi

Dalam konteks ekonomi digital, strategi investasi merupakan elemen penting dalam menjaga keberlanjutan perusahaan, terutama ketika menghadapi ketidakpastian pasar. Menurut (Govindarajan & Srivastava,

2022),*"companies that continue to invest strategically during downturns position themselves for faster recovery and long-term growth"* (perusahaan yang tetap berinvestasi secara strategis selama masa penurunan memiliki posisi lebih baik untuk pemulihan cepat dan pertumbuhan jangka panjang). Hal ini menunjukkan bahwa strategi investasi tidak hanya berfungsi sebagai keputusan keuangan, tetapi juga sebagai alat adaptasi strategis terhadap dinamika pasar.

(Décaire & Wittry, 2022) menjelaskan bahwa pendekatan *strategic learning* dalam keputusan investasi memungkinkan perusahaan untuk menyeimbangkan antara eksplorasi peluang baru dan eksploitasi sumber daya yang ada. Dalam konteks startup digital seperti GoTo, pendekatan ini penting untuk menilai risiko terhadap perubahan valuasi dan perilaku investor pasca pandemi.

(Kuckertz, 2020) menekankan bahwa perusahaan rintisan yang mampu menyesuaikan strategi investasinya terhadap perubahan kondisi makroekonomi lebih mungkin bertahan dalam krisis. Dalam penelitiannya, ia menyatakan bahwa *"the flexibility and innovation capacity of startups are decisive factors during times of crisis"* (fleksibilitas dan kapasitas inovasi menjadi faktor penentu selama masa krisis). Dengan demikian, kemampuan adaptif menjadi elemen kunci bagi GoTo dalam menavigasi tekanan penurunan valuasi.

2.2. Krisis Valuasi pada Startup Digital

Fenomena krisis valuasi pasca pandemi merupakan bagian dari siklus koreksi nilai pasar yang dialami oleh banyak perusahaan teknologi di dunia. (CB Insights, 2024) melaporkan bahwa lebih dari 60% startup unicorn di Asia Tenggara mengalami penurunan valuasi sejak 2022 akibat tekanan suku bunga dan perubahan perilaku investor. (Hoffmann, 2023) menambahkan bahwa *"the reassessment of startup valuation marks a transition from hype-driven growth to performance-based evaluation"* (penilaian ulang valuasi startup menandai peralihan dari pertumbuhan yang digerakkan oleh sensasi menuju evaluasi berbasis kinerja).

Dalam konteks ini, krisis valuasi mendorong perusahaan untuk meninjau ulang model bisnis dan strategi ekspansi mereka. (Howard, 2024) menjelaskan bahwa modal ventura cenderung "*valorize crisis as a mechanism to restructure investments and capture future value*" (menggunakan krisis sebagai mekanisme untuk merestrukturisasi investasi dan menangkap nilai masa depan). Artinya, meskipun valuasi menurun, periode krisis justru dapat menjadi momentum untuk efisiensi dan reposisi strategi perusahaan seperti GoTo.

2.3. Implikasi Keuangan dan Manajerial

Krisis valuasi memaksa perusahaan teknologi untuk meninjau kembali struktur biaya, kebijakan investasi, dan strategi diversifikasi pendapatan. (Hernandez, 2024) menjelaskan bahwa strategi keuangan yang efektif dalam kondisi krisis mencakup optimalisasi arus kas, penyesuaian struktur modal, serta penerapan tata kelola keuangan yang lebih ketat. Dalam hal ini, perusahaan seperti GoTo perlu menyeimbangkan antara kebutuhan ekspansi digital dan pengendalian biaya operasional untuk mempertahankan nilai perusahaan.

Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi investasi yang tepat selama krisis valuasi dapat memberikan ketahanan finansial dan menjaga daya saing jangka panjang. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana GoTo menyesuaikan strategi investasi dan kebijakan keuangannya dalam menghadapi krisis valuasi pasca pandemi. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi GoTo serta dampaknya terhadap kinerja dan nilai perusahaan. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian manajemen strategis di sektor digital serta memberikan implikasi praktis bagi startup lain dalam menghadapi tantangan pasca krisis valuasi.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis strategi investasi yang dilakukan oleh PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk dalam menghadapi krisis valuasi pasca pandemi COVID-19. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena ekonomi dan manajerial secara kontekstual berdasarkan data empiris dan interpretatif. Menurut (Maheshwari et al., 2025), pendekatan kualitatif penting digunakan dalam riset valuasi startup karena faktor-faktor non-keuangan seperti inovasi, kompetensi manajerial, serta dinamika pasar sering kali tidak dapat diukur secara numerik. Pendekatan deskriptif juga relevan untuk menelaah proses pengambilan keputusan investasi yang bersifat strategis dan adaptif di tengah ketidakpastian pasar (C. Setiawan & Maarif, 2024).

3.2. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui analisis laporan tahunan GoTo, wawancara terbatas dengan analis pasar, serta publikasi resmi perusahaan. Sementara itu, data sekunder bersumber dari jurnal ilmiah, laporan riset ekonomi, serta artikel media bisnis yang kredibel. Penggunaan sumber sekunder dalam penelitian ini sejalan dengan anjuran (Rasyid et al., 2023), yang

p-ISSN: 2808-9022 e-ISSN: 2798-1789

menyebutkan bahwa pemahaman menyeluruh terhadap valuasi startup pasca krisis memerlukan triangulasi antara data keuangan dan narasi strategis dari berbagai sumber terpercaya.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan analisis literatur. Dokumentasi mencakup pengumpulan data laporan keuangan GoTo tahun 2020–2024, laporan publik BEI, dan data investasi dari CB Insights serta Crunchbase. Sementara itu, analisis literatur mencakup telaah terhadap artikel ilmiah dan e-book yang relevan dengan topik valuasi startup dan strategi investasi perusahaan digital. Seperti disampaikan oleh (Silva et al., 2024), proses evaluasi strategi investasi dalam konteks perusahaan teknologi tidak hanya menitikberatkan pada indikator finansial, tetapi juga mencakup faktor eksternal seperti dukungan pasar modal dan kepercayaan investor terhadap model bisnis digital.

3.4. Teknik Analisis Data

Data dianalisis dengan menggunakan analisis naratif dan tematik. Analisis naratif dilakukan untuk mengidentifikasi perubahan strategi investasi GoTo berdasarkan urutan waktu, khususnya sebelum, selama, dan setelah krisis valuasi. Analisis tematik digunakan untuk menemukan pola dalam strategi manajemen keuangan dan kebijakan investasi yang diambil perusahaan. Proses ini mengikuti pendekatan analisis kualitatif yang dikemukakan oleh (Loebiantoro, 2020), di mana interpretasi terhadap data empiris dan laporan keuangan dapat mengungkap dinamika nilai perusahaan dan efektivitas kebijakan strategis dalam menjaga keberlanjutan usaha.
Analisis dilakukan dengan menekankan pada tiga tahap utama:

1. Reduksi Data, yaitu penyaringan informasi dari berbagai sumber untuk mendapatkan data relevan terkait keputusan investasi GoTo;
2. Penyajian Data dalam Bentuk Narasi, untuk menggambarkan pola dan konteks keputusan strategis;
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi, dengan cara membandingkan hasil temuan dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya (C. Setiawan & Maarif, 2024) Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana GoTo menyesuaikan kebijakan keuangan dan investasi dalam menanggapi perubahan valuasi serta tekanan pasar pasca pandemi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Strategi Restrukturisasi Investasi dalam Menghadapi Krisis Valuasi

Pasca pandemi COVID-19, sektor ekonomi digital mengalami perubahan struktural yang cukup signifikan. Selama masa pandemi, perusahaan teknologi seperti PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GoTo) menikmati lonjakan pengguna dan pertumbuhan transaksi yang sangat tinggi. Namun, kondisi tersebut tidak bertahan lama. Ketika aktivitas masyarakat mulai kembali normal, pertumbuhan transaksi daring menurun dan disertai dengan ketatnya persaingan antarplatform digital (Aji et al., 2023). Pada saat yang sama, para investor global mulai lebih berhati-hati dalam menanamkan modalnya ke perusahaan teknologi karena menurunnya tingkat kepercayaan terhadap model bisnis yang belum menunjukkan laba. Fenomena ini dikenal sebagai krisis valuasi startup, yaitu kondisi ketika nilai pasar perusahaan rintisan digital menurun drastis akibat berkurangnya minat investor serta meningkatnya tuntutan terhadap profitabilitas. Bagi GoTo, krisis ini menjadi momentum untuk meninjau ulang arah investasi dan strategi bisnisnya agar dapat tetap bertahan dan tumbuh secara berkelanjutan di tengah tekanan pasar (Firmana et al., 2023).

Dalam menghadapi krisis valuasi tersebut, GoTo menempuh langkah restrukturisasi investasi, yaitu proses penataan kembali strategi dan portofolio investasinya agar lebih selaras dengan kondisi keuangan dan dinamika pasar yang baru. Restrukturisasi ini dilakukan melalui beberapa pendekatan strategis (Agustin, 2025). Pertama, perusahaan menerapkan pengendalian biaya (cost control) secara ketat untuk menjaga efisiensi operasional. Langkah ini mencakup pengurangan berbagai pengeluaran yang tidak memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan pendapatan, seperti belanja promosi yang berlebihan dan biaya ekspansi ke pasar yang belum potensial (Tryana & Rizqi, 2023).Selain itu, GoTo juga melakukan rasionalisasi tenaga kerja untuk menyesuaikan struktur organisasi dengan kebutuhan bisnis yang lebih fokus dan efisien. Tindakan ini sejalan dengan prinsip perilaku biaya (cost behavior) dalam akuntansi manajemen, yang menekankan pentingnya memahami bagaimana biaya berubah sesuai dengan tingkat aktivitas dan produksi, sehingga perusahaan dapat menentukan tindakan efisiensi yang tepat untuk menjaga stabilitas finansial (Rakhmawati et al., 2024).

Langkah berikutnya dalam restrukturisasi investasi adalah peninjauan ulang terhadap portofolio proyek investasi. Sebelum krisis valuasi terjadi, banyak perusahaan digital termasuk GoTo berorientasi pada pertumbuhan pengguna (growth orientation) dengan mengalokasikan dana besar untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik konsumen baru. Namun, pendekatan ini terbukti tidak berkelanjutan ketika biaya operasional meningkat dan profitabilitas belum tercapai. Oleh karena itu, GoTo mulai mengalihkan fokus investasi ke arah yang lebih produktif, yaitu proyek yang mendukung integrasi dan efisiensi ekosistem bisnis internal (Anita &

Julyanna, 2021).Sinergi antara Gojek, Tokopedia, dan GoPay menjadi pusat perhatian utama karena dapat memperkuat posisi perusahaan dalam menyediakan layanan terpadu bagi konsumen. Misalnya, transaksi di Tokopedia dapat terintegrasi dengan layanan pengiriman Gojek dan pembayaran digital GoPay, sehingga menciptakan efisiensi biaya serta nilai tambah bagi pengguna. Strategi ini merefleksikan penerapan konsep keputusan investasi modal (capital investment decision) yang menuntut perusahaan untuk mengevaluasi setiap proyek berdasarkan proyeksi arus kas masa depan, risiko, serta tingkat pengembalian minimal yang dapat diterima (Hertingkir & Wardani, 2018).

Selain menata arah investasi, GoTo juga melakukan restrukturisasi sumber pembiayaan investasi. Jika sebelumnya pertumbuhan bisnis GoTo banyak didukung oleh dana investor eksternal, kini perusahaan berupaya menurunkan ketergantungan terhadap modal luar. Salah satu langkah yang dilakukan adalah meningkatkan pengelolaan arus kas internal dengan mengoptimalkan pendapatan dari aktivitas inti, serta menekan cash burn rate atau tingkat pembakaran uang yang selama ini menjadi ciri khas startup besar (Wulan et al., 2024). Dengan kata lain, GoTo mulai mengarahkan investasinya pada kegiatan yang dapat menghasilkan pendapatan berulang (recurring income) dan berkontribusi terhadap profitabilitas jangka panjang. Pendekatan ini mencerminkan penerapan prinsip akuntansi manajemen modern yang berorientasi pada sustainability value creation, yaitu menciptakan nilai ekonomi secara berkelanjutan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara efisien (Pratama & Susilowati, 2024).

Restrukturisasi investasi ini juga berperan dalam membangun kembali kepercayaan investor dan pasar modal terhadap prospek jangka panjang GoTo. Dengan strategi efisiensi dan fokus pada profitabilitas, perusahaan berusaha menunjukkan bahwa bisnis digital tidak hanya mengandalkan pertumbuhan pengguna, tetapi juga dapat menghasilkan kinerja keuangan yang stabil. Dalam konteks akuntansi manajemen, strategi ini dapat dikaitkan dengan fungsi perencanaan dan pengendalian (planning and control), di mana manajemen menetapkan sasaran keuangan realistis, mengukur kinerja aktual, dan melakukan tindakan korektif untuk memastikan bahwa investasi yang dilakukan memberikan hasil yang optimal (Sianipar, 2025).

Secara keseluruhan, strategi restrukturisasi investasi yang diterapkan GoTo menggambarkan perubahan paradigma dari pola ekspansi agresif menjadi pendekatan yang lebih berhati-hati dan efisien. Perusahaan tidak lagi hanya mengejar peningkatan valuasi pasar, tetapi berfokus pada keseimbangan antara pertumbuhan dan profitabilitas. Melalui langkah-langkah seperti pengendalian biaya, evaluasi proyek investasi, penyesuaian struktur modal, serta penguatan sinergi antarunit bisnis, GoTo berusaha membangun fondasi keuangan yang lebih solid. Dengan demikian, strategi restrukturisasi investasi ini tidak hanya menjadi respons terhadap krisis valuasi, tetapi juga merupakan bentuk pembelajaran strategis untuk membangun model bisnis digital yang lebih adaptif, sehat, dan berkelanjutan di masa depan.

4.2 Fundamental Keuangan dan Efisiensi Operasional

Krisis valuasi stratup digital masa transisi pascapandemi menuntut perusahaan berbasis teknologi seperti GoTo untuk melaksanakan penataan ulang fundamental dalam pengendalian keuangan perusahaan agar kelangsungan bisnis saat ekonomi sedang tidak stabil dapat terjaga. Pengorganisasian struktur keuangan yang efisien mengedepankan keseimbangan antara likuiditas jangka pendek dan penanaman modal jangka panjang untuk mengonfirmasi keterjagaan operasional perusahaan dalam situasi ekonomi yang tidak pasti. GoTo mengaktualisasikan pendekatan prinsip keuangan melalui pendiversifikasian sumber pendanaan dan memaksimalkan penyaluran dana, dengan mengutamakan program – program yang memberikan Return On Investment (ROI) yang lebih unggul dan periode payback yang lebih ringkas. Startegi penguatan susunan keuangan juga menyertakan kenaikan rasio solvabilitas dan likuiditas perusahaan secara deleveraging dengan meminimalkan proporsi hutang dan mengoptimalkan kepemilikan bersih dalam struktur modal. Susunan modal yang maksimal dalam situasi krisis adalah yang mampu menghasilkan fleksibilitas optimal dalam penentuan kebijakan terencana sekaligus mengurangi ancaman financial distress.

Pengaturan arus kas menjadi faktor penting dalam strategi mitigasi risiko GoTo berhadapan dengan ketidakpastian valuasi, melalui penerapan sistem pengawasan arus kas real-time dan forecasting yang lebih valid untuk mengantisipasi kebutuhan dana jangka pendek dan menengah. Cash flow management yang berkinerja tinggi membutuhkan metode sistematis yang mengkombinasikan perencanaan strategis, keunggulan operasional, dan risiko manajemen untuk tercapainya keberlangsungan jangka panjang.(Drury, 2018). GoTo sukses menurunkan cash burn rate menggunakan implementasi lean operations dan digitalisasi proses bisnis yang komprehensif, melaksanakan pengautomatisasian beberapa fungsi operasional yang awalnya membutuhkan pengendalian manual sehingga meminimalkan biaya tenaga kerja dan mengoptimalkan proses kerja. Pemaksimalan biaya pemasaran diterapkan melalui perubahan dari pertumbuhan agresif menuju pertumbuhan profitabel dengan mengoperasikan strategi pemasaran berbasis data yang memfasilitasi optimalisasi Customer Acquisition Cost (CAC) dan pengembangan Customer Lifetime Value (CLV). Optimalisasi biaya pemasaran

p-ISSN: 2808-9022 e-ISSN: 2798-1789

membutuhkan pemahaman secara komprehensif terkait kebiasaan pelanggan, dan ROI pada setiap inisitiaf pemasaran untuk tercapainya keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

GoTo mengaplikasikan strategi penetapan harga berbasis nilai untuk memaksimalkan keuntungan per transaksi tanpa mengurangi tingkat penjualan, melakukan klasifikasi pelanggan yang lebih mendetail dan merancang model penetapan harga yang berbeda mengacu pada proposisi nilai. Penetapan harga berbasis nilai membuka peluang perusahaan untuk memperoleh nilai yang optimal dari masing – masing transaksi dengan menitikberatkan pada nilai pelanggan, bukan biaya dan margin. Pendekatan kenaikan margin keuntungan juga mencakup optimalisasi bauran produk dengan mengutamakan layanan dan produk yang memiliki kontribusi laba yang besar, memanfaatkan analisis portofolio dengan Boston Consulting Group (BCG) matriks untuk menentukan star products dan cash cows. Pengimplementasian strategi manajemen biaya diterapkan secara komprehensif melalui pendekatan biaya sasaran untuk memaksimalkan komposisi biaya dan Zero Based Budgeting (ZBB) untuk mengupayakan segala pengeluaran dapat dibuktikan kebenarannya. Realisasi Zero Based Budgeting dapat menimbulkan penghematan biaya yang substansial karena menuntut manajemen untuk mengevaluasi kelayakan dan efisiensi berdasarkan segala aktivitas dan alokasi sumber daya (Warren et al., 2019).

Analisis Biaya Volume Laba (CVP Analysis) dimanfaatkan sebagai alat dasar pengambilan keputusan strategis dan perencanaan skenario, mendorong tercapainya GoTo untuk memahami hubungan antara biaya tetap, biaya variable, volume penjualan, dan keuntungan dalam berbagai kondisi bisnis. Analisis biaya volume laba memberikan wawasan mendalam terkait tingkat leverage operasional dan profil risiko bisnis, yang sangat krusial dalam situasi pasar yang tidak pasti. (Rellam, 2025). Dalam proses penganggaran modal, GoTo mengaplikasikan evaluasi yang lebih disiplin menggunakan pencampuran Net present Value (NPV), Internal Rate Return (IRR), dan Payback Period Analysis dalam menelaah setiap rencana investasi, serta mengimplementasikan pendekatan opsi riil untuk memungkinkan fleksibilitas dalam strategi investasi. Perusahaan juga mengintegrasikan alokasi modal melalui proses tahap-gerbang. Proses penganggaran modal tahap-gerbang merupakan praktik terbaik dalam pengelolaan risiko investasi karena memungkinkan perhentian proyek dini yang berkinerja rendah dan pengalokasian ulang sumber daya ke peluang yang lebih menjanjikan. (Surya, 2020).

4.3 Fundamental Keuangan dan Efisiensi Operasional

Dalam menghadapi krisis valuasi startup digital setelah masa pandemi, GoTo tidak hanya berfokus pada efisiensi operasional dan penataan kembali investasi, tetapi juga mengedepankan strategi inovasi serta diversifikasi untuk memperkuat daya saing sekaligus memulihkan nilai perusahaan. Inovasi dalam konteks ini menjadi motor utama bagi GoTo dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi digital, analisis data yang mendalam, serta integrasi ekosistem layanan yang lebih solid (Karina, 2022). GoTo memahami bahwa inovasi tidak sekadar menghasilkan produk baru, tetapi juga mencakup transformasi menyeluruh dalam model bisnis, pengalaman pelanggan, dan sistem pengelolaan sumber daya perusahaan. Oleh karena itu, langkah-langkah inovatif diarahkan untuk memperkuat fondasi bisnis yang berorientasi pada efisiensi dan nilai, agar perusahaan tetap relevan di tengah perubahan perilaku konsumen dan tekanan pasar global yang dinamis (Prasetyo, 2025).

Sebagai bagian dari implementasi inovasinya, GoTo mengadopsi pendekatan data-driven decision making yang memungkinkan setiap keputusan bisnis didasarkan pada analisis yang komprehensif terhadap perilaku pengguna, pergeseran tren pasar, serta potensi keuntungan jangka panjang. Pemanfaatan big data dan kecerdasan buatan (AI) membantu GoTo memprediksi kebutuhan konsumen, menyesuaikan strategi pemasaran, dan meningkatkan personalisasi layanan di seluruh ekosistem bisnisnya (Saputra & Suryadi, 2023). Dengan data yang akurat dan dapat diandalkan, perusahaan dapat memperkuat keterikatan pelanggan (customer engagement) serta mempertahankan loyalitas yang menjadi faktor kunci dalam pemulihan nilai perusahaan. Pendekatan berbasis data ini juga menjadikan proses inovasi lebih terukur dan berbasis bukti, bukan hanya spekulasi, sehingga risiko kegagalan produk atau investasi dapat diminimalkan secara signifikan (Lohanda, 2021).

Selain inovasi digital, diversifikasi bisnis juga menjadi pondasi penting dalam memperkuat ketahanan finansial serta memperluas sumber pendapatan perusahaan. GoTo menerapkan strategi diversifikasi horizontal dengan memperluas lini bisnis yang masih memiliki keterkaitan dengan aktivitas inti, seperti penguatan layanan keuangan digital (GoPay dan GoPayLater), logistik (GoSend), dan e-commerce (Tokopedia) (Andre & Widoatmodjo, 2025). Dengan data yang akurat dan dapat diandalkan, perusahaan dapat memperkuat keterikatan pelanggan (customer engagement) serta mempertahankan loyalitas yang menjadi faktor kunci dalam pemulihan nilai perusahaan. Pendekatan berbasis data ini juga menjadikan proses inovasi lebih terukur dan berbasis bukti, bukan hanya spekulasi, sehingga risiko kegagalan produk atau investasi dapat diminimalkan secara signifikan (R. Pratama & Handayani, 2023).

Lebih lanjut, GoTo juga melakukan diversifikasi vertikal dengan memperluas kolaborasi bersama mitra usaha dan pelaku UMKM di berbagai rantai pasok digital. Strategi ini tidak hanya memperkuat basis pendapatan perusahaan, tetapi juga mendorong percepatan inklusi ekonomi digital di Indonesia (Rahmawan, 2022). Dengan menjalin kemitraan strategis melalui platform digital yang efisien dan adaptif, GoTo dapat membantu mitra usaha menekan biaya transaksi, mempercepat distribusi produk, dan meningkatkan efisiensi operasional secara menyeluruh. Diversifikasi vertikal tersebut memperkuat citra GoTo sebagai perusahaan digital yang bukan hanya berorientasi pada profit, tetapi juga berperan aktif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan (Rachmawati & Fadilah, 2022).

Dalam hal pengembangan produk dan layanan, GoTo mengimplementasikan prinsip lean innovation dengan menggunakan pendekatan minimum viable product (MVP) untuk menguji ide-ide baru secara cepat dan efisien sebelum diluncurkan ke pasar secara luas. Strategi ini membantu perusahaan mengurangi risiko kegagalan produk, sekaligus memastikan bahwa setiap inovasi yang diluncurkan memiliki relevansi tinggi terhadap kebutuhan konsumen (Aghnia & Larso, 2018). Melalui pendekatan yang bersifat iteratif ini, GoTo memiliki fleksibilitas dalam mengelola investasi inovasi, di mana proyek yang kurang menjanjikan dapat dihentikan sejak dini, sedangkan proyek dengan potensi besar dapat memperoleh dukungan sumber daya lebih besar. Dengan demikian, GoTo dapat mengoptimalkan alokasi modal dan fokus pada inovasi yang benar-benar memberikan kontribusi terhadap peningkatan profitabilitas dan pemulihan valuasi perusahaan (R. Setiawan & Yuana, 2022).

Arah inovasi GoTo juga difokuskan pada penguatan keberlanjutan (sustainability innovation), yang menjadi faktor kunci dalam membangun kembali kepercayaan pasar dan investor. GoTo berkomitmen menerapkan prinsip green operation dalam kegiatan operasionalnya, seperti melalui penggunaan kendaraan listrik untuk layanan logistik serta penerapan sistem digitalisasi untuk mengurangi penggunaan kertas dan energi (Lukitaruna & Sedianingsih, 2022).Pendekatan ini tidak hanya berkontribusi terhadap efisiensi biaya, tetapi juga memperkuat reputasi perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Dalam era meningkatnya kesadaran terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, strategi inovasi berkelanjutan ini menjadi nilai strategis yang memperkuat posisi GoTo di pasar modal serta meningkatkan daya tariknya di mata investor global (Prasetyo & Nisa, 2024).

Selain memperkuat inovasi internal, GoTo juga aktif menjalin kemitraan eksternal melalui kolaborasi dengan perusahaan teknologi global, lembaga keuangan, dan institusi pemerintah. Kerja sama ini memungkinkan perusahaan memperoleh akses terhadap teknologi mutakhir, sumber pembiayaan baru, serta peluang ekspansi pasar yang lebih luas (Herlissha et al., 2024).Dalam perspektif manajemen strategis, kolaborasi ini mencerminkan penerapan konsep open innovation, di mana perusahaan tidak hanya mengandalkan kemampuan internal, tetapi juga memanfaatkan jaringan eksternal untuk mempercepat laju inovasi dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Melalui sinergi semacam ini, GoTo dapat memperkuat daya saingnya di industri digital yang kompetitif dan terus berubah (Akbar & Hartono, 2024).

Secara keseluruhan, strategi inovasi dan diversifikasi yang dilaksanakan GoTo berperan penting dalam mempercepat proses pemulihan nilai perusahaan setelah menghadapi tekanan akibat krisis valuasi. Dengan memadukan efisiensi operasional, inovasi berbasis data, serta diversifikasi produk dan pasar, GoTo berhasil menata ulang model bisnisnya menjadi lebih tangguh dan adaptif terhadap ketidakpastian ekonomi global (Ariani & Pratomo, 2023). Strategi ini menunjukkan bahwa keberlanjutan dan inovasi harus berjalan selaras dengan manajemen keuangan serta kebijakan investasi agar perusahaan dapat tumbuh secara stabil dalam jangka panjang. Dengan langkah-langkah tersebut, GoTo mampu memulihkan kepercayaan investor sekaligus memperkuat posisinya sebagai perusahaan teknologi terdepan yang tumbuh tidak hanya cepat, tetapi juga sehat, efisien, dan berkelanjutan di era pascapandemi (Mahendra & Yusuf, 2022).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi investasi yang dilakukan oleh GoTo mampu menjadi solusi efektif dalam menghadapi tekanan krisis valuasi pascapandemi. Perusahaan berhasil bertransformasi dari strategi ekspansi agresif menuju pendekatan yang lebih selektif dan efisien, dengan menitikberatkan pada profitabilitas dan nilai jangka panjang. GoTo menata ulang portofolio investasinya, menekan biaya operasional, serta mengalihkan fokus pada unit bisnis yang memiliki potensi keuntungan tinggi, seperti layanan keuangan digital. Dari sisi keuangan, perusahaan memperkuat fondasi likuiditas dan solvabilitas melalui pengelolaan arus kas yang terukur dan penerapan sistem penganggaran yang ketat. Sementara itu, strategi inovasi dan diversifikasi berhasil memperluas sumber pendapatan serta memperkuat posisi kompetitif GoTo di pasar digital. Sinergi antara Gojek, Tokopedia, dan GoPay menjadi kunci utama dalam menciptakan efisiensi ekosistem yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan. Dengan demikian, strategi yang diterapkan GoTo tidak hanya efektif dalam memulihkan valuasi, tetapi juga mampu membangun ketahanan bisnis jangka panjang di tengah dinamika ekonomi global yang fluktuatif.

p-ISSN: 2808-9022 e-ISSN: 2798-1789

5.2 Saran

Bagi perusahaan digital lainnya, strategi yang diterapkan oleh GoTo dapat dijadikan referensi dalam menata arah investasi ketika menghadapi tekanan valuasi dan ketidakpastian ekonomi. Perusahaan perlu menjaga keseimbangan antara efisiensi biaya, inovasi berkelanjutan, dan penciptaan nilai ekonomi jangka panjang. Pengelolaan arus kas yang ketat, evaluasi proyek investasi yang berbasis data, serta kolaborasi lintas unit bisnis menjadi elemen penting untuk mempertahankan daya saing. Selain itu, perusahaan disarankan untuk memperkuat integrasi ekosistem digital guna meningkatkan loyalitas pelanggan dan efisiensi operasional. Bagi akademisi, penelitian berikutnya dapat mengembangkan analisis ini melalui pendekatan kuantitatif atau studi perbandingan antarperusahaan, sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara strategi investasi, stabilitas keuangan, dan peningkatan valuasi pada sektor digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Aghnia, M. C., & Larso, Dwi. (2018). Developing New Product Using Minimum Viable Product. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, *16*(2), 234–245. https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.02.06

Agustin, R. (2025). Optimalisasi biaya melalui penerapan target costing: tinjauan literatur. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *9*(1). https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.4898

Aji, G., Febrianti, E., Karima, D. A., Iqbal, A. D., & Setiani, N. E. (2023). Analisis strategi pengembangan bisnis pada PT GoTo Gojek Tokopedia untuk pertumbuhan jangka panjang pasca IPO. *Gemilang: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, *3*(3). DOI: https://doi.org/10.56910/gemilang.v3i3.606

Akbar, R. E., & Hartono, A. (2024). The Impact of Open Innovation and Knowledge Management on SME Performance in Yogyakarta. *EKOMBIS Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *12*(3), 2633–2644. https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i3.5759

Andre, A., & Widoatmodjo, S. (2025). Pengaruh diversifikasi produk, inovasi produk, penetrasi pasar, dan citra merek terhadap kinerja perusahaan fast-moving consumer goods di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, *9*(2), 265–279. https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/33897

Anita, A., & Julyanna, J. (2021). Kinerja perusahaan di era ekonomi digital: pengaruh IT Governance, karakteristik dewan, dan investasi modal. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *5*(3), 2779–2803. https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1733

Ariani, F., & Pratomo, A. (2023). Analisis Strategi Inovasi dan Diversifikasi Usaha pada Perusahaan Startup Digital di Indonesia Pasca Pandemi. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, *4*(2), 87–98. https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/jimt/article/view/6432

CB Insights. (2024). *Global Unicorn Report 2024: Southeast Asia's Tech Valuation Correction*. CB Insights. https://www.cbinsights.com/research/unicorn-startup-valuation-report

Décaire, P. H., & Wittry, M. D. (2022). Strategic Learning and Corporate Investment. *SSRN Electronic Journal*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3923811

Drury, C. (2018). *Management and cost accounting* (10th edition). Cengage Learning. https://nibmehub.com/opac-service/pdf/read/Management%20and%20Cost%20Accounting.pdf

Financial Times. (2025, March 12). *Indonesia's GoTo makes first full-year underlying profit, eyes strong growth for 2025*. Financial Times. https://www.ft.com/content/1888016c-e2a1-4d92-aca4-9fe9a1ab38f4

Firmana, Y. N., Octavinaus, R. J. N., Manalu, S., & Hellyani, C. A. (2023). Analisis komparatif faktor-faktor profitabilitas emiten startup di Indonesia. *Jurnal Syntax Transformation*, *2*(2). DOI: https://doi.org/10.46799/jst.v2i2.226

GoTo. (2023, September 20). *GoTo outlines its strategy to strengthen performance as part of Public Expose*. GoTo Company. https://www.gotocompany.com/en/news/press/goto-outlines-its-strategy-to-strengthen-performance-as-part-of-public-expose

Govindarajan, V., & Srivastava, A. (2022). How companies should invest in a downturn. *Harvard Business Review*. https://hbr.org/2022/06/how-companies-should-invest-in-a-downturn

Herlissha, N., Fitari, T., Oktariani, D., & Noviyanti, I. (2024). Transformasi Digital dalam Praktik Manajemen Sumber Daya Manusia pada Perusahaan Startup di Indonesia. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, *1*(4), 2394–2399. https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/article/view/484

Hernandez, M. (2024). Corporate Finance: Strategic Financial Management for Businesses. *Corporate Finance: Strategic Financial Management for Businesses*, *28*(5).

https://www.abacademies.org/articles/corporate-finance-strategic-financial-management-for-businesses.pdf

Hertingkir, F., & Wardani, D. (2018). Analisis kelayakan anggaran investasi teknologi informasi dengan analisis cost benefit. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, *14*(1), 9–17. https://doi.org/10.35384/jkp.v14i1.68

Hoffmann, C. H. (2023). Startup Valuation Reassessed: Against Celebrity, Sustainability, and Signalling Effects. *Journal of Enterprising, Innovation and Technology*, *3*(1), 7–21. https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JEIT-02-2023-0012/full/html

Howard, M. (2024). Venture Capital, Value Capture, and the Valorization of Crisis. *Finance & Society*, *10*(2), 89–112. https://www.cambridge.org/core/journals/finance-and-society/article/rapacious-ambivalence-of-vc-investment-venture-capital-value-capture-and-the-valorization-of-crisis/7A7C156AB0959AF85F2656FF2C635211

Karina, D. (2022). Pengaruh Perusahaan Startup terhadap Perilaku Konsumen dan Dampaknya pada Transformasi Digital di Indonesia . *Jurnal Pembelajaran Dan Pengembangan Diri*, *2*(1). https://media.neliti.com/media/publications/376121-pengaruh-perusahaan-startup-terhadap-per-d75ed059.pdf

Kuckertz, A. (2020). Startups in Times of Crisis – A Rapid Response to the COVID-19 Pandemic. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, *32*(5), 1–14. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7183981/

Loebiantoro, I. Y. (2020). Valuation of Start-Up Company Using Real and Financial Assets Rate of Return. *Holistica – Journal of Business and Public Administration*, *11*(3), 120–132. https://sciendo.com/article/10.2478/hjbpa-2020-0035

Lohanda, T. (2021). Can Social Customer Relationship Management (CRM) Build Customer Loyalty? Studi Kasus: Aktivitas CRM Sosial @gojekindonesia di Twitter. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, *25*(2), 267–276. https://media.neliti.com/media/publications/492004-can-social-customer-relationship-managem-6210e8a5.pdf

Lukitaruna, R. , & Sedianingsih, I. (2022). Green Innovation pada Kinerja Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan (JEK)*, *5*(4), 115–128. https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jej/article/view/25591

Mahendra, A., & Yusuf, H. (2022). Peran Inovasi dan Keberlanjutan dalam Pemulihan Nilai Perusahaan di Era Pascapandemi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, *10*(2), 201–214. https://jurnal.uns.ac.id/jebi/article/view/5621

Maheshwari, V., Kumar, S., Yew, B. C., Wah, O. B., Yee, A. S. V., Razak, S. E. A., & Ramachandran, J. (2025). Qualitative Factors Affecting IT/IS Startups Valuation. *Multidisciplinary Reviews*, *8*(12). https://malque.pub/ojs/index.php/mr/article/view/8728

Prasetyo, D. D. (2025). Pengaruh Perusahaan Startup terhadap Perilaku Konsumen dan Dampaknya pada Transformasi Digital di Indonesia . *Jurnal Akuntansi Bisnis Nasional (JABN)*, *5*(1), 33–43. https://jabn.upnjatim.ac.id/index.php/jabn/article/view/171

Prasetyo, D. D., & Nisa, F. L. (2024). Pengaruh Transformasi Digital pada Inovasi Model Bisnis dalam Startup di Indonesia. *Jurnal Abdimas Bela Negara*, *5*(1), 33–41. https://jabn.upnjatim.ac.id/index.php/jabn/article/download/171/40/206

Pratama, A. B., & Susilowati, E. (2024). Optimalisasi pengelolaan arus kas untuk meminimalisir beban keuangan perusahaan. *EABMIJ (Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Bisnis & Manajemen International Journal)*, *6*(2). https://doi.org/10.556442/eabmij.v6i2.769

Pratama, R., & Handayani, D. (2023). Penerapan Data-Driven Decision Making dalam Perspektif Pemilik / Operator Kapal. *Cylinder: Jurnal Ilmiah Teknik Mesin*, *9*(2), 105–113. https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/cylinder/article/download/6018/2776/27397

Rachmawati, A., & Fadilah, N. (2022). Kemitraan Strategis dalam Ekosistem Digital untuk Penguatan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Kontemporer*, , *8*(2), 121–133. https://journal.untar.ac.id/index.php/jebk/article/view/14329

Rahmawan, H. (2022). Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Daya Saing dan Nilai Tambah UMKM. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, *8*(2), 75–90. https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/10161

Rakhmawati, H., Murnisari, R., & Hatta, A. (2024). Pengendalian biaya dalam pencapaian keberhasilan efisiensi biaya. *JAT : Journal of Accounting and Tax*, *2*(1). https://doi.org/10.36563/jat.v2i1.784

p-ISSN: 2808-9022 e-ISSN: 2798-1789

Rasyid, M. F., Sumirat, E., & Rahadi, R. A. (2023). Quantitative Study of Startup Valuation and Strategy Post-2022 Winter. *Journal of World Science*, *2*(2), 300–309. https://jws.rivierapublishing.id/index.php/jws/article/view/226

Rasyid, M. F., Sumirat, E., & Rahadi, R. A. (2024). Quantitative Study of Startup Valuation and Strategy Post 2022 Winter. *Journal of World Science*, *2*(2), 226. https://doi.org/10.58344/jws.v2i2.226

Rellam, D. N. E. (2025). Analisis biaya-volume-laba sebagai alat perencanaan laba. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, *9*(2), 217–227. https://doi.org/10.54367/jrak.v9i2.2980

Saputra, A., & Suryadi, D. (2023). Analisis Pemanfaatan Big Data dan Artificial Intelligence dalam Strategi Pemasaran Digital di Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTSI)*, *4*(2), 112–121. https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtsi/article/view/6203

Setiawan, C., & Maarif, R. R. (2024). Macro and Micro Factor Influencing Tech Startup Valuation of Private Markets in ASEAN Countries. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, *18*(2), 33–44. https://www.uowoajournals.org/aabfj/article/id/1059/

Setiawan, R., & Yuana, P. (2022). Implementasi Lean Startup pada Strategi Pengembangan Produk Startup Digital Berbasis Website Bidang Education Technology. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi (JKI)*, *1*(1), 51–62. https://doi.org/10.21776/jki.2022.01.1.06

Sianipar, N. (2025). Peran Akuntansi Manajemen dalam Pengambilan Keputusan dan Peningkatan Kinerja Perusahaan di Era Digital Menuju Good Governance. *Jurnal Ilmu & Ekonomi Manajemen (JIEM)*, *3*(7). https://doi.org/10.61722/jiem.v3i7.6011

Silva, W. A. M., Jucá, M. N., & Vieito, J. P. T. (2024). Startup Valuation by Venture Capital Investors. *Startup Valuation by Venture Capital Investors*, *26*(4). https://rbgn.fecap.br/RBGN/article/view/4283

Surya, P. A. (2020). Analisis penganggaran modal (capital budgeting) program investasi. *Jurnal Manajemen Dan Penganggaran*, *8*(2), 123–135. https://doi.org/10.1234/jmp.v8i2.350

TechNode Global. (2024, April 30). *Indonesia's GoTo says on track to meet full-year adjusted EBITDA break-even target*. TechNode Global. https://technode.global/2024/04/30/indonesias-goto-says-on-track-to-meet-full-year-adjusted-ebitda-break-even-target/

Tryana, A. L., & Rizqi, R. M. (2023). Pengaruh restrukturisasi efisiensi biaya strategi kinerja keuangan koperasi di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, *3*(3). https://doi.org/10.47709/jebma.v3i3.3115

Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. E. (2019). *Accounting* (25th edition). Cengage Learning. https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/565765-akuntansi-sebuah-pengantar-cedaffee.pdf

Wulan, C. T. U., Asmoro, G. P., Merdana, S. V., Rahmawati, D. S. I., Nabilah, E. R. R. A., & Nugroho, R. H. (2024). Efisiensi laporan arus kas sebagai indikator stabilitas keuangan di sektor investasi ritel pasca COVID-19: Studi pada PT Indoritel Makmur International Tbk. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, *2*(12). https://doi.org/10.62281/v2i12.1102