

**ANALISIS VALUASI PERUSAHAAN PERDAGANGAN ELEKTRONIK
(E-COMMERCE) BERBASIS TEKNOLOGI YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA: EMMANUEL IANMISHA RAHARDJO

NIM: 126231016

**PROGRAM PENDIDIKAN PROFESI AKUNTAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2024

LAPORAN TUGAS AKHIR

**ANALISIS VALUASI PERUSAHAAN PERDAGANGAN ELEKTRONIK
(E-COMMERCE) BERBASIS TEKNOLOGI YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA: EMMANUEL IANMISHA RAHARDJO

NIM: 126231016

**UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
UNTUK KELULUSAN PADA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN
PROFESI AKUNTAN**

**PROGRAM PENDIDIKAN PROFESI AKUNTAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2024

**ANALISIS VALUASI PERUSAHAAN PERDAGANGAN ELEKTRONIK
(E-COMMERCE) BERBASIS TEKNOLOGI YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

Laporan Tugas Akhir

Disusun Oleh:

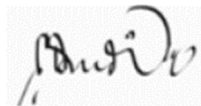


Emmanuel Ianmisha Rahardjo

126231016

Disetujui Oleh:

Pembimbing



Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., CIFM

ABSTRAK

Tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh dalam penelitian ini adalah mendapatkan bukti mengenai tren harga saham perusahaan *e-commerce*, kinerja laporan keuangan perusahaan, serta analisis lebih lanjut mengenai tren valuasi perusahaan *e-commerce* hingga tahun 2023. Pemilihan sampel menggunakan *non-probability sampling* yang memberikan pengambilan sampel tidak dipilih secara acak, maka penelitian ini menggunakan *purposive sampling method* dan observasi langsung pada data laporan keuangan. Dalam menganalisis valuasi perusahaan, menggunakan metode yang relevan untuk sample perusahaan seperti EV/GMV, EV/Revenue, P/B yang secara umum menunjukkan adanya tren penurunan valuasi perusahaan *e-commerce* disertai dengan penurunan harga saham dan kinerja keuangan yang masih dalam posisi rugi.

Kata Kunci: Harga saham, kinerja keuangan, Valuasi Perusahaan, *e-commerce*.

ABSTRACT

The objective of this research is to obtain evidence regarding the trends in stock prices of e-commerce companies, the performance of their financial reports, and further analysis of e-commerce company valuation trends up to the year 2023. The sample selection uses non-probability sampling, meaning the samples are not chosen randomly; hence, this research employs the purposive sampling method and direct observation of financial report data. In analyzing company valuations, relevant methods for the sample companies are used, such as EV/GMV, EV/Revenue, and P/B. These generally indicate a downward trend in the valuation of e-commerce companies, accompanied by declining stock prices and financial performance still in a loss position.

Keywords: *Share price, financial performance, Company Valuation, e-commerce*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala penyertaannya, sehingga karya penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dari Program Studi Pendidikan Profesi Akuntan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Penulisan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan melibatkan bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas hikmat, kasih karunia dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan dan semangat sejak awal proses perkuliahan hingga menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
3. Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan, M.T., M.M., I.P.U., ASEAN Eng. selaku Rektor Universitas Tarumanagara.
4. Dr. Jamaluddin Iskak, MSI., AK., CPI., CA., CPA selaku Ketua Program Studi PPAk FEB Universitas Tarumanagara.
5. Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., CIFM. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam penulisan tugas akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan memuaskan.
6. Seluruh dosen, staf, dan karyawan di PPA FEB Universitas Tarumanagara yang telah membantu selama proses perkuliahan dan penulisan tugas akhir ini.
7. Teman-teman dan sahabat yang telah memberikan semangat dan dukungan.

Selain itu penulis berharap agar tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dari berbagai kalangan. Penulis juga mengucapkan permohonan maaf jika selama proses penyusunan tugas akhir banyak melakukan kesalahan, baik lisan maupun tulisan, yang dilakukan secara disengaja maupun tidak disengaja.

Jakarta, 1 Juli 2024

Emmanuel Ianmisha Rahardjo

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Rumusan Masalah	9
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.5.1. Tujuan Penelitian.....	9
1.5.2. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Kerangka Teoritis	11
2.2. Definisi Konseptual Variabel	13
2.2.1. Kategori Valuasi Perusahaan	13
2.2.2. Metode Penilaian Perusahaan.....	14
2.2.3. Penilaian Perusahaan Khusus.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
3.1. Desain Penelitian.....	17
3.2. Populasi dan Teknik Sampling.....	17
3.3. Metode Pengumpulan Data	18
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	18
3.5. Metode Analisis Data	19

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1. Gambaran Umum Populasi Penelitian	20
4.1.1. PT Bukalapak.com Tbk. (IDX: BUKA)	20
4.1.2. PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk. (IDX: GOTO)	22
4.1.3. PT Global Digital Niaga Tbk. (IDX: BELI)	24
4.2. Perusahaan <i>E-Commerce</i> di Dunia.....	26
4.3. Harga Saham Perusahaan sejak IPO	27
4.4. Kinerja Laporan Keuangan Perusahaan sejak IPO.....	29
4.4.1. Ringkasan Laporan Keuangan IDX:BUKA	29
4.4.2. Ringkasan Laporan Keuangan IDX:GOTO	30
4.4.3. Ringkasan Laporan Keuangan IDX:BELI	31
4.5. Hasil Penelitian Valuasi Relatif Perusahaan <i>E-commerce</i> di Indonesia	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	36
5.1. Kesimpulan.....	37
5.2. Keterbatasan	38
5.3. Saran.....	38
REFERENSI	40

DAFTAR TABEL

4.1. Pendapatan Perusahaan <i>E-commerce</i> Terbesar di Dunia	26
4.2. Ringkasan Laporan Keuangan BUKA	29
4.3. Ringkasan Laporan Keuangan GOTO.....	30
4.4. Ringkasan Laporan Keuangan BELI.....	31
4.5. Kapitalisasi Pasar BUKA, BELI, GOTO	33
4.6. <i>Enterprise Value</i> BUKA, BELI, GOTO.....	33
4.7. GMV BUKA, BELI, GOTO.....	34
4.8. Hasil Valuasi BUKA, BELI, GOTO	34

DAFTAR GAMBAR

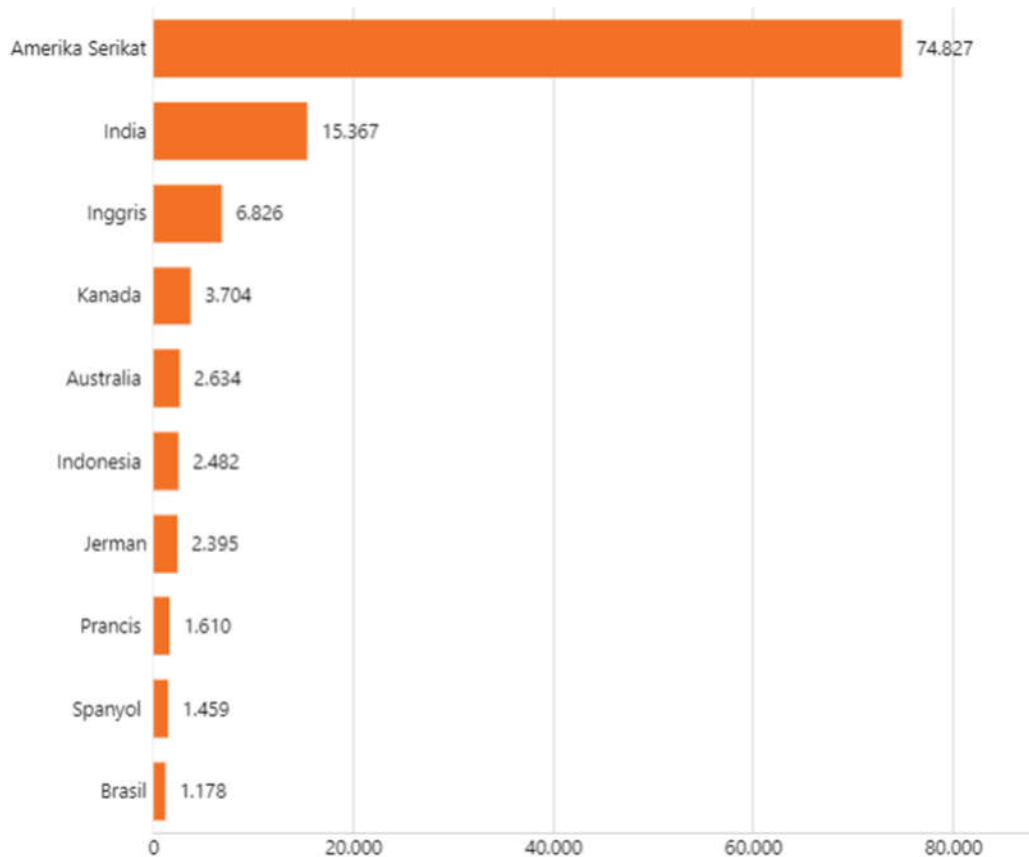
1.1. 10 Negara dengan Jumlah <i>Startup</i> Terbanyak di Dunia (14 Juni 2023)	1
1.2. Tren Peningkatan Nilai Transaksi e-commerce di Indonesia sepanjang 2018-2022..	4
1.3. Rata-rata tingkat inflasi di Indonesia.....	5
1.4. Tingkat kunjungan laman web perdagangan elektronik di Indonesia 2019-2022.....	6
4.1. Ekosistem Bukalapak	21
4.2. Struktur Grup GOTO.....	22
4.3. Ekosistem BELI.....	25
4.4. Tren Harga Saham Sejak IPO.....	28

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan *Startup* mulai menjamur di Indonesia pada sekitar tahun 2000-an saat teknologi berkembang dengan pesatnya. Dimulai dengan kepopuleran teknologi informasi berupa internet dan teknologi perangkat pintar. Oleh karena itu, salah satu sektor yang paling berkembang adalah sektor teknologi, sektor teknologi sendiri didorong dengan adanya penetrasi yang kuat dalam masyarakat akan kesadaran melakukan transaksi secara daring atau *online*. Maka banyak berdirilah perusahaan teknologi (*technology companies*) yang menitikberatkan pada aktivitas berbasis teknologi.



Gambar 1.1. 10 Negara dengan Jumlah *Startup* Terbanyak di Dunia (14 Juni 2023)

Sumber: www.databoks.katadata.co.id

Data di atas menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat *Startup* tertinggi di dunia. Hal tersebut didukung karena meningkatnya ketertarikan investor, baik dalam maupun luar negeri untuk berinvestasi di Indonesia. Indonesia dilihat sebagai pasar yang potensial untuk dikembangkan. Selain karena jumlah penduduk Indonesia yang sangat banyak, perkembangan teknologi di Indonesia dilihat akan terus berjalan dengan sangat pesat dalam beberapa tahun ke depan.

Dalam pengklasifikasian perusahaan, Bursa Efek Indonesia (BEI) memberikan panduan tingkat klasifikasi berdasarkan sektor, salah satunya adalah sektor teknologi. Menurut BEI (2021), perusahaan sektor teknologi mencakup perusahaan yang menjual produk dan jasa teknologi, seperti perusahaan jasa internet yang bukan penyedia koneksi internet, penyedia jasa dan konsultan TI, perusahaan pengembang perangkat lunak, produsen perangkat jaringan, perangkat komputer, perangkat dan komponen elektronik, dan semikonduktor.

Perusahaan teknologi sendiri semakin populer belakangan ini seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi di Indonesia yang dirasa mempunyai pasar potensial untuk terus dikembangkan karena jumlah penduduk yang banyak dan cakupan teknologi yang dinilai masih rendah dibandingkan dengan negara berkembang lainnya.

Hal tersebut kemudian menarik niat investor baik lokal maupun luar negeri untuk melakukan pendanaan di Indonesia pada perusahaan teknologi baik yang baru berdiri maupun yang telah ada sebelumnya agar dapat terus berkembang. Perusahaan teknologi yang baru berdiri tentu membutuhkan suntikan modal untuk melakukan penelitian dan menjalankan bisnisnya operasionalnya. Jumlah Perusahaan Teknologi baru yang tercipta tentu tidak sedikit pula mengikuti tren berkembangnya teknologi, salah satunya adalah tren menjamurnya perusahaan *startup* yang memiliki ambisi untuk berkompetisi pada dunia teknologi.

Menurut Ries (2011:37), perusahaan *startup* merupakan suatu institusi yang didesain untuk membuat suatu produk dan jasa dalam kondisi yang tidak pasti. Karenanya, perusahaan *startup* memiliki risiko yang cenderung lebih besar, selain karena umur yang terbilang pendek, *startup* juga mempunyai potensi kegagalan bisnis atas produk dan jasa

yang dimilikinya. Akan tetapi, perusahaan *startup* yang telah berhasil berkembang dan mempunyai skala yang cukup besar dapat berkembang menjadi perusahaan *Scale-up*.

Perusahaan yang telah berhasil *Scale-up* mempunyai predikatnya masing-masing berdasarkan valuasi yang didapatkan. Menurut Katadata (2022), dalam mengenal perusahaan *startup*, pembagiannya dibagi menjadi:

- Unikorn (*Unicorn*), merupakan istilah yang dipopulerkan oleh pemodal ventura bernama Aileen Lee sebagai pendiri dari Cowboy Ventures. Secara nilai, Perusahaan Unikorn merupakan perusahaan dengan valuasi di atas US\$ 1 Miliar .
- Dekakorn (*Decacorn*), merupakan istilah yang dipopulerkan oleh Bloomberg pada tahun 2015. Secara nilai, Perusahaan Dekakorn merupakan perusahaan dengan valuasi di atas US\$ 10 Miliar.
- Hektokorn (*Hectocorn*), merupakan Perusahaan dengan valuasi di atas US\$ 100 miliar. Hingga saat ini, belum ada perusahaan di Indonesia yang termasuk pada kategori ini.

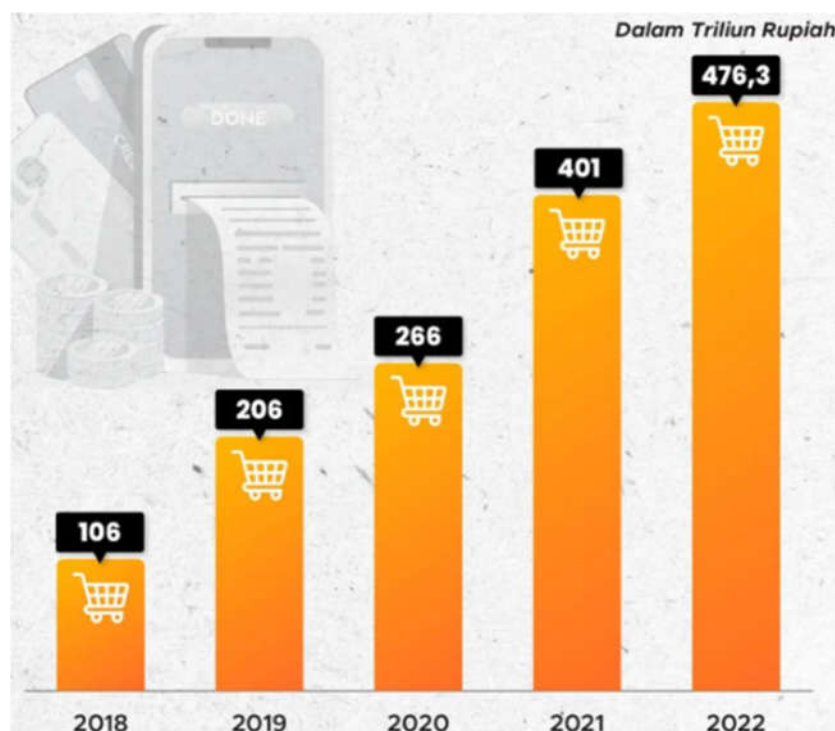
Sebagai informasi berdasarkan data dari CB Insights (2024), berikut adalah Perusahaan Tertutup (*Private Company*) di Indonesia yang termasuk dalam kriteria Unikorn:

- Traveloka dengan valuasi terakhir sebesar US\$ 3 miliar
- Akulaku dengan valuasi terakhir sebesar US\$ 2 miliar
- eFishery dengan valuasi terakhir sebesar US\$ 1,3 miliar
- DANA dengan valuasi terakhir sebesar US\$ 1,13 miliar
- Xendit dengan valuasi terakhir sebesar US\$ 1 miliar
- Ajaib dengan valuasi terakhir sebesar US\$ 1 miliar
- Kopi Kenangan dengan valuasi terakhir sebesar US\$ 1 miliar

Sedangkan menurut CB Insights (2024), hanya ada 2 Perusahaan yang menyandang predikat sebagai Hektokorn yaitu Bytedance dan SpaceX dengan valuasi masing-masing sebesar US\$ 225 miliar dan US\$ 150 miliar. Laporan dari CB Insights tersebut tidak termasuk perusahaan terbuka yang sahamnya diperjualbelikan secara umum. Akan tetapi, GOTO juga sempat mempunyai valuasi sebagai Dekakorn pada saat

proses penggabungan usaha melalui merger antara Gojek dan Tokopedia pada tahun 2021 dan pada saat melantai pada BEI.

Namun, pada tahun 2019, terjadinya pandemi memberikan efek jangka panjang pada perusahaan *Startup* di Indonesia. Turunnya daya beli masyarakat dan larangan aktivitas yang ketat dari Pemerintah memberikan dampak negatif bagi kebanyakan perusahaan *startup* yang masih dalam tahap awal. Akan tetapi, dalam pandemi tersebut, justru terdapat sektor teknologi yang memiliki perkembangan yang sangat pesat, salah satunya adalah perusahaan di bidang perdagangan elektronik (*e-commerce*).

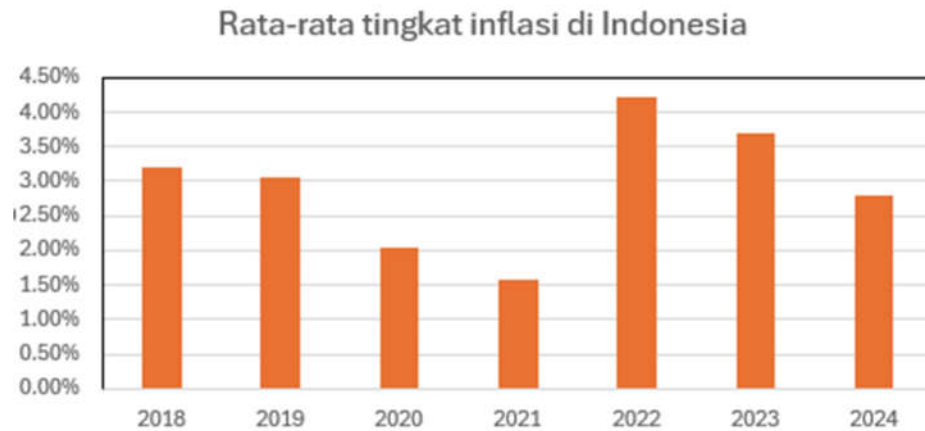


Gambar 1.2. Tren Peningkatan Nilai Transaksi *e-commerce* di Indonesia sepanjang 2018-2022

Sumber: [www. goodstats.id](http://www.goodstats.id)

Dalam grafik di atas, dapat dilihat bahwa meskipun pandemi Covid-19 terus menurunkan ekonomi negara dan membuat banyak perusahaan mengalami kesulitan keuangan, perusahaan *e-commerce* memiliki pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun berdasarkan total nilai transaksi. Hal ini didorong adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) saat pandemi hingga berakhir pada 31

Desember 2022 yang menyebabkan dorongan pada masyarakat untuk proses digitalisasi lebih cepat dengan menggunakan jasa *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan keinginan pribadi. Perlu diketahui, pada tahun 2020 dan 2021, tingkat inflasi rata-rata diangka 1,56% dan 2,04% sedangkan pada kondisi keuangan ekonomi normal inflasi bekisar ~3%. Hal tersebut menunjukkan adanya penurunan daya beli masyarakat yang rendah saat pundak pandemi.



Gambar 1.3. Rata-rata tingkat inflasi di Indonesia

Sumber: Bank Indonesia

Dikarenakan banyaknya investor yang tertarik dengan mangsa pasar di Indonesia, tentu persaingan juga semakin ketat antar perusahaan. Terutama pada sektor perdagangan elektronik dan momentum Covid-19 yang membuat pengguna lebih melek akan teknologi. Menurut iPrice, pada tahun 2022 terdapat lebih dari 30 pemain besar dalam persaingan *e-commerce* yang mempunyai bentuk usaha sejenis.



Gambar 1.4. Tingkat kunjungan laman web perdagangan elektronik di Indonesia 2019

Sumber: diolah dari www.iprice.co.id

Pada mulanya, investor berlomba-lomba menarik pengguna untuk berbelanja menggunakan media elektronik dengan menawarkan kemudahan untuk mempertemukan pembeli dan penjual pada suatu media aplikasi elektronik. Demi menarik pengguna, banyak cara dilakukan mulai dari iklan dan pemasaran yang signifikan, serta promo dan diskon yang diberikan oleh pengelola aplikasi. Hal tersebut lama-kelamaan menjadi suatu kebiasaan oleh pengguna dan penjual, sehingga jumlah pengguna semakin meningkat. Namun dikarenakan banyaknya kompetitor, perusahaan terus melakukan praktik promo dan diskon yang kemudian sering disebut dengan praktik “bakar uang” demi saling menarik pengguna.

Perlahan demi perahan, beberapa perusahaan yang akhirnya tidak mempunyai cukup dana untuk menarik pelanggan dan meneruskan operasional akhirnya memutuskan untuk gulung tikar. Sebagai contoh adalah perusahaan JD.ID, sebagai *e-commerce* yang didukung oleh JD.com, Inc. perusahaan asal China, yang pada akhirnya memutuskan untuk menghentikan operasinya pada 31 Maret 2023. Menurut Voi (2023), JD.ID hadir di Indonesia pada tahun 2015 dan pada tahun 2019 berhasil menggaet predikat sebagai Unicorn berdasarkan valuasi pendanaan saat itu, namun hal tersebut tidak bertahan lama hingga 4 tahun kemudian memutuskan untuk menutup operasionalnya di Indonesia.

Hingga sekarang, kompetisi *e-commerce* masih cukup sengit dimana adanya dominasi antara Tokopedia dan Shopee yang cukup ketat dan mencakup hampir 80% mangsa pasar berdasarkan jumlah kunjungan web dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Namun kompetitor terus berdatangan, pada tahun 2021, TikTok Shop, anak usaha dari Bytedance, resmi diluncurkan di Indonesia dan langsung melakukan promosi besar-besaran untuk melakukan penetrasi pasar daring di Indonesia. TikTok Shop dapat dibilang sebagai pemain baru yang langsung memperoleh banyak pangsa pasar dan menjadi salah satu *platform* perbelanjaan daring paling populer karena mempunyai dukungan dana yang cukup kuat dari induk perusahaannya. Meskipun pada tahun 2023 pemerintah Indonesia memberikan larangan TikTok Shop untuk beroperasi di Indonesia, pada berita terakhir 2024, TikTok bekerja sama dengan Tokopedia sebagai satu kesatuan *platform* menjadi Shop Tokopedia dan kembali beroperasi.

Persaingan yang ketat belum menunjukkan titik akhir, setidaknya hingga saat ini dan masa mendatang beberapa tahun kemudian, persaingan akan semakin memanas untuk membuktikan posisinya di pasar *e-commerce* Indonesia. Namun, menurut Handoko dan Handoyo (2021), manajemen akan bersikap lebih berhati-hati dan tidak eksploitatif agar perusahaan tidak mengalami *financial distress*, disebabkan manajemen juga akan merasakan dampak *financial distress* tersebut dari penurunan nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Irawan (2022) terkait valuasi saham Perusahaan Bukalapak. Dalam penelitian tersebut disampaikan penggunaan metode valuasi menggunakan pendekatan pasar untuk perusahaan terbuka karena dapat merefleksikan harga perdagangan di pasar saham..

Dalam pengembangan penelitian tersebut, diharapkan bahwa dapat memberikan gambaran lebih luas mengenai kinerja perusahaan *e-commerce* baik dari segi harga saham, posisi keuangan, dan valuasinya. Dengan mengetahui lebih dalam, para pembaca dapat menyimpulkan sudut pandang masyarakat sebagai investor dan pengguna aplikasi *e-commerce* tersebut serta mendapatkan gambaran tentang arah yang kemungkinan akan terjadi untuk perusahaan tersebut

1.2. Identifikasi Masalah

Berikut disajikan identifikasi masalah yang melekat pada harga saham dan kinerja laporan keuangan yang akan berdampak pada valuasi perusahaan *e-commerce* yang terdaftar di Bursa efek Indonesia, yaitu:

1. Bagaimana tren harga saham perusahaan *e-commerce*?
2. Bagaimana kinerja laporan keuangan perusahaan *e-commerce*?
3. Bagaimana tingkat persaingan *e-commerce* pada yang akan datang?
4. Bagaimana menghitung valuasi perusahaan *e-commerce* menggunakan data historis?
5. Bagaimana menghitung valuasi perusahaan *e-commerce* menggunakan data masa depan?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan jabaran di atas, terdapat beberapa batasan yang ditemukan pada penelitian ini, yaitu:

1. Perusahaan *e-commerce* yang terdaftar di BEI masih dalam posisi merugi yang menyebabkan metode valuasi yang dapat dipilih menjadi terbatas
2. Terbatasnya jumlah perusahaan *e-commerce* yang terdaftar di BEI memberikan sampel yang tidak banyak serta rentang waktu penelitian yang terbatas hingga tahun 2023.
3. Perhitungan valuasi perusahaan menggunakan data masa depan memiliki tingkat keyakinan yang rendah sehingga pada penelitian ini akan berfokus pada data historis.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan di atas, dirasa menarik untuk didalami mengenai dasar valuasi saham-saham pada saat IPO dan pada saat kondisi sekarang atas perusahaan *e-commerce* yang telah melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia. Maka dari itu, dirumuskan beberapa masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana tren harga saham perusahaan *e-commerce* sejak IPO hingga tanggal 31 Desember 2023?
2. Bagaimana kinerja laporan keuangan perusahaan *e-commerce* sejak IPO hingga tanggal 31 Desember 2023?
3. Bagaimana menghitung valuasi perusahaan *e-commerce* sejak IPO hingga tanggal 31 Desember 2023?

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan penelitian, tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh dalam penelitian ini adalah mendapatkan bukti empiris mengenai:

1. Tren harga saham perusahaan *e-commerce* sejak IPO hingga tanggal 31 Desember 2023.
2. Kinerja laporan keuangan perusahaan *e-commerce* sejak IPO hingga tanggal 31 Desember 2023.
3. Tren valuasi perusahaan *e-commerce* sejak IPO hingga tanggal 31 Desember 2023.

1.5.2. Manfaat Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, manfaat yang diharapkan dapat berguna adalah bagi:

1. Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi investor atau calon investor yang berinvestasi pada pasar modal.

2. Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat memberi masukan yang mendukung perkembangan ilmu analisis yang akuntansi yang berkaitan.

3. Penelitian yang akan datang

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas bagi peneliti selanjutnya sebagai dasar penelitian yang berhubungan dengan valuasi perusahaan atau analisis lainnya terhadap perusahaan *e-commerce*.

REFERENSI

- About.blibli.com. *Investor Relations*. <https://about.blibli.com/en/investor-relations/>
- Annur, C. M. (2023). *10 Negara dengan Jumlah Startup Terbanyak di Dunia (14 Juni 2023)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/14/indonesia-masuk-jajaran-negara-dengan-startup-terbanyak-dunia-berapa-jumlahnya>
- Bukalapak.com. *Hubungan Investor*. <https://about.bukalapak.com/id/>
- CBInsights (2024). *List of unicorn companies as of March 2024*. <https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies>
- Cloudeka, L. (2023). *Bagaimana Sejarah Perkembangan Start Up Di Indonesia?*. <https://www.cloudeka.id/id/berita/start-up/perkembangan-start-up-di-indonesia/>
- Djaja, I. (2018). *All About Corporate Valuation*. PT Elex Media Komputindo.
- Fernando J. (2023). *Enterprise Value (EV) Formula and What It Means*. <https://www.investopedia.com/terms/e/enterprisevalue.asp>.
- Goodstats. (2023). *Daftar E-Commerce dengan Nilai Transaksi Terbesar di Indonesia*. <https://goodstats.id/infographic/daftar-e-commerce-dengan-nilai-transaksi-terbesar-di-indonesia-M20kO>
- Google, Temasek, & Bain. (2023). *e-Conomy SEA 2023*. https://services.google.com/fh/files/misc/e_conomy_sea_2023_report.pdf
- Gotocompany.com. *Tentang Kami*. <https://www.gotocompany.com/>
- Handoko dan Handoyo (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Biaya Keagenan, Dan Tata Kelola Terhadap Kemungkinan Finansial Distress. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Volume III No. 2/2021 Hal: 287-297
- Indonesia. Masyarakat Profesi Penilai Indonesia. (2018). *Kode Etik Penilai Indonesia dan Standar Penilaian Indonesia*. Edisi VII.
- iPrice (2022). *Find Out E-commerce Competition in Indonesia*. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>

- Irawan, A. (2022). *Analisa Valuasi Perusahaan Perdagangan Elektronik (E-Commerce) PT Bukalapak.Com Tbk. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 6 No. 2.
- Luca, P. D. (2018). *Analytical Corporate Valuation*. Springer Nature Switzerland AG
- Mcclure, B (2023). *Using the Price-to-Book (P/B) Ratio to Evaluate Companies*.
<https://www.investopedia.com/investing/using-price-to-book-ratio-evaluate-companies/>
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup*. Crown Business.
- Sekaran, Uma, Roger Bougie (2013). *Research Methods for Business*. John Wiley and Sons.
- Voi (2023). *Sejarah JD.ID: Bisnis E-Commerce Taipan China dari Jadi Unicorn hingga Tutup Permanen di Indonesia*. <https://voi.id/memori/249626/sejarah-jd-id-bisnis-e-commerce-taipan-china-dari-jadi-unicorn-hingga-tutup-permanen-di-indonesia>
- Yesidora, A. (2022). *Membedakan Startup Unicorn, Decacorn, dan Hectocorn Menurut Nilai*. <https://katadata.co.id/ekonopedia/istilah-ekonomi/62bbe1b257c6d/membedakan-startup-unicorn-decacorn-dan-hectocorn-menurut-nilai>