

Tren M&A 2025: Bagaimana AI Membentuk Ulang Industri Merger & Akuisisi Global

Nabila

¹Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda

Corresponding author: nabila78@gmail.com

Abstrak

Industri Merger dan Akuisisi (M&A) global, sebuah pilar utama strategi pertumbuhan kapitalis, sedang berada di tengah transformasi fundamental yang didorong oleh Kecerdasan Buatan (AI). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana AI secara sistematis membentuk ulang setiap fase dari siklus hidup M&A pada tahun 2026, mulai dari identifikasi target hingga integrasi pasca-merger. Dengan menggunakan metodologi tinjauan literatur yang unik melalui re-interpretasi analogis terhadap 35 artikel relevan yang berfokus pada dinamika persaingan dan informasi di tingkat mikro, artikel ini memetakan pergeseran paradigma dalam praktik M&A. Hasil analisis tematik menunjukkan bahwa AI merevolusi industri ini dalam empat domain utama. Pertama, AI mengotomatiskan dan mempercepat proses *due diligence* secara dramatis, mengubahnya dari latihan retrospektif menjadi analisis prediktif. Kedua, AI memungkinkan valuasi aset tak berwujud seperti data dan talenta dengan lebih akurat. Ketiga, AI menciptakan model prediksi sinergi yang lebih canggih, meningkatkan justifikasi strategis di balik setiap kesepakatan. Keempat, AI menjadi alat krusial dalam mengelola kompleksitas integrasi pasca-merger. Diskusi dalam artikel ini menyoroti munculnya "kesenjangan AI" dalam M&A, di mana firma penasihat dan perusahaan yang mengadopsi AI memperoleh keunggulan kompetitif yang tak tertandingi, sementara yang lain berisiko tertinggal. Kesimpulannya, pada tahun 2026, kompetensi AI bukan lagi menjadi keunggulan, melainkan prasyarat fundamental untuk bertahan dan berhasil dalam lanskap M&A global, menuntut perubahan mendalam pada keahlian para profesional dan strategi firma.

Kata kunci: *Merger dan Akuisisi (M&A), Kecerdasan Buatan (AI), Due Diligence, Valuasi, Integrasi Pasca-Merger, Disrupsi Teknologi.*

Pendahuluan

Merger dan Akuisisi (M&A) telah lama menjadi instrumen definitif dari dinamisme kapitalis, berfungsi sebagai mekanisme utama bagi perusahaan untuk mencapai pertumbuhan anorganik, memasuki pasar baru, mengakuisisi teknologi, dan mengkonsolidasikan kekuatan pasar. Secara historis, keberhasilan dalam M&A bergantung pada kombinasi keahlian finansial, ketajaman negosiasi, dan akses ke informasi yang seringkali tidak lengkap dan asimetris. Namun, lanskap ini sedang mengalami pergeseran tektonik. Pada tahun 2026, kekuatan yang membentuk ulang industri M&A bukanlah lagi modal semata, melainkan Kecerdasan Buatan (AI), yang menjanjikan untuk menyuntikkan tingkat presisi, kecepatan, dan wawasan yang belum pernah terjadi sebelumnya ke dalam setiap aspek transaksi.

Revolusi AI mengubah M&A dari sebuah "seni" yang didominasi oleh intuisi dan jaringan personal menjadi sebuah "ilmu" yang semakin didorong oleh data. Proses yang secara tradisional memakan waktu berbulan-bulan dan melibatkan ribuan jam kerja manual oleh para bankir, pengacara, dan konsultan—seperti *due diligence*—kini dapat dipercepat secara dramatis. AI mampu menyaring jutaan dokumen dalam hitungan jam, mengidentifikasi risiko yang tersembunyi, dan menemukan pola yang tidak akan pernah terlihat oleh mata manusia. Ini secara fundamental mengubah kalkulus risiko dan imbalan dalam setiap kesepakatan.

Tantangan yang dihadapi para profesional M&A secara konseptual tidak berbeda dengan yang dihadapi oleh pelaku ekonomi di skala lain, seperti Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Keduanya berjuang untuk mendapatkan keunggulan informasi dalam lingkungan yang kompetitif. Kebutuhan UMKM akan "riset pasar" yang efektif untuk memahami lanskap kompetitif (Purnomo et al., 2023) adalah analogi yang tepat untuk kebutuhan firma M&A akan *due diligence* yang komprehensif. Kegagalan dalam memahami pasar—baik itu pasar produk bagi UMKM atau pasar perusahaan bagi pembeli—mengarah pada keputusan yang salah dan kegagalan strategis.

AI memperuncing dikotomi ini. Di satu sisi, ia menawarkan alat yang sangat kuat untuk mengatasi asimetri informasi. Di sisi lain, ia menciptakan bentuk kesenjangan baru: "kesenjangan AI." Firma dan perusahaan yang berinvestasi dalam platform AI untuk M&A dapat menganalisis target potensial dengan kedalaman dan kecepatan yang tak tertandingi, mirip dengan bagaimana perusahaan besar memanfaatkan *big data* untuk memetakan tren konsumen (Novitasari et al., 2023). Sementara itu, mereka yang tetap menggunakan metode tradisional berisiko membuat keputusan berdasarkan gambaran yang tidak lengkap, menempatkan mereka pada posisi yang sangat tidak menguntungkan.

Dampak AI melampaui efisiensi proses. AI juga mengubah apa yang dianggap berharga dalam sebuah transaksi. Di masa lalu, M&A sering berfokus pada aset fisik dan pangsa pasar. Kini, kesepakatan semakin didorong oleh akuisisi aset tak berwujud seperti data, algoritma, dan talenta AI (*acquihring*). Kemampuan untuk menilai aset-aset ini secara akurat—sebuah tantangan besar—menjadi keterampilan inti baru. AI tidak hanya membantu menilai target, tetapi AI itu sendiri seringkali merupakan aset mahkota yang menjadi target akuisisi.

Peran pemerintah dan regulator juga menjadi semakin kompleks. Otoritas antimonopoli harus mengembangkan alat dan keahlian baru untuk menilai dampak kompetitif dari merger yang didorong oleh AI, terutama ketika sinergi yang diklaim bersifat algoritmik dan sulit diukur. Analogi dari bagaimana dukungan dan kebijakan pemerintah dapat membentuk lintasan pengembangan UMKM (Siregar et al., 2021; Firmansyah & Setyobudi, 2022) menunjukkan bahwa kerangka kerja regulasi akan memainkan peran penting dalam menentukan apakah AI akan mendorong M&A yang inovatif atau hanya mempercepat konsentrasi pasar yang tidak sehat.

Integrasi pasca-merger (Post-Merger Integration - PMI), yang secara historis merupakan fase paling menantang dan sering menjadi penyebab kegagalan M&A, juga direvolusi oleh AI. AI dapat membantu dalam mengintegrasikan sistem TI yang berbeda, menyelaraskan budaya perusahaan dengan menganalisis data komunikasi internal, dan mengidentifikasi redundansi operasional dengan lebih cepat. Tantangan kolaborasi yang diamati bahkan dalam kemitraan skala kecil (Kusumasari & Alam,

2022) diperbesar dalam skala M&A, dan AI menawarkan alat baru untuk mengelola kompleksitas manusia dan teknis ini.

Oleh karena itu, artikel ini menyajikan analisis komprehensif tentang tren M&A pada tahun 2026, dengan fokus khusus pada bagaimana AI membentuk ulang industri ini secara sistematis. Dengan menggunakan kerangka kerja analogis yang mengambil pelajaran dari dinamika persaingan di tingkat mikro, artikel ini akan memetakan perubahan paradigma dalam setiap fase siklus hidup M&A. Tujuannya adalah untuk memberikan panduan strategis bagi para profesional M&A, pemimpin perusahaan, dan regulator dalam menavigasi lanskap baru yang kompleks dan penuh peluang ini.

Literature Review

Tinjauan pustaka ini membangun kerangka teoretis untuk memahami dampak AI pada industri M&A dengan mensintesis konsep-konsep dari teori keuangan, manajemen strategis, dan studi teknologi. Fokusnya adalah pada (1) teori efisiensi pasar dan asimetri informasi dalam M&A; (2) peran aset tak berwujud dalam penciptaan nilai; dan (3) justifikasi strategis untuk M&A sebagai respons terhadap disrupti teknologi.

Teori Pasar Efisien (Efficient Market Hypothesis) menyatakan bahwa harga aset mencerminkan semua informasi yang tersedia. Namun, dalam praktiknya, pasar untuk perusahaan (market for corporate control) jauh dari efisien sempurna, terutama karena adanya asimetri informasi antara pembeli dan penjual. Proses *due diligence* adalah upaya pembeli untuk mengurangi asimetri informasi ini. AI secara fundamental menantang dan memperkuat aspek ini. Di satu sisi, AI berpotensi membuat pasar lebih efisien dengan memungkinkan analisis data yang lebih dalam dan lebih cepat. Di sisi lain, akses yang tidak merata ke teknologi AI dapat memperburuk asimetri informasi, menciptakan "pasar lemon" di mana pembeli yang kurang canggih secara teknologi berisiko membayar terlalu mahal untuk aset yang berkualitas rendah. Kualitas informasi pasar (Manurung et al., 2021) menjadi variabel penentu utama keberhasilan.

Dalam kapitalisme modern, sumber penciptaan nilai telah bergeser secara dramatis dari aset fisik ke aset tak berwujud (intangible assets) seperti merek, paten, data, dan perangkat lunak. Model valuasi tradisional (seperti Discounted Cash Flow) seringkali kesulitan untuk menangkap nilai sebenarnya dari aset-aset ini. AI, baik sebagai alat analisis maupun sebagai aset itu sendiri, berada di pusat pergeseran ini. Kemampuan AI untuk menganalisis kumpulan data besar dapat membantu memberikan penilaian yang lebih kuantitatif terhadap nilai jaringan data pengguna atau kekuatan sebuah algoritma. Ini mengubah M&A dari sekadar transaksi finansial menjadi akuisisi kapabilitas strategis, di mana kemampuan analisis pasar (Riani et al., 2022) dari target menjadi aset utama yang dicari.

Teori berbasis sumber daya (Resource-Based View - RBV) dari perusahaan berpendapat bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan berasal dari kepemilikan sumber daya yang berharga, langka, sulit ditiru, dan tidak dapat digantikan (VRIN). Dalam era digital, data dan talenta AI adalah sumber daya VRIN yang paling penting. M&A menjadi cara tercepat bagi perusahaan incumbent untuk mengakuisisi sumber daya ini ketika mereka tidak dapat mengembangkannya secara internal dengan cukup cepat. Disrupti teknologi memaksa perusahaan untuk terus-menerus menilai kembali portofolio kapabilitas mereka, menjadikan M&A alat penting untuk adaptasi strategis

dan bertahan hidup, sebuah versi korporat dari kebutuhan UMKM untuk mengadopsi pemasaran digital agar tetap relevan (Wardana et al., 2021).

Konsep "kemampuan merasakan pasar" (market sensing capability) (Mawardi et al., 2022) sangat relevan dalam konteks pencarian target M&A (*deal sourcing*). Secara tradisional, *deal sourcing* bergantung pada jaringan dan pengetahuan industri dari para bankir. AI mengubah ini menjadi proses berbasis data, di mana algoritma secara proaktif memindai sinyal-sinyal dari jutaan sumber (berita, data keuangan, data media sosial) untuk mengidentifikasi perusahaan yang mungkin menjadi target akuisisi yang menarik atau menunjukkan tanda-tanda awal kesulitan. Ini adalah evolusi dari intelijen pemasaran tradisional (Saputra & Mawardi, 2022) menjadi intelijen akuisisi prediktif.

Peran kebijakan dan regulasi dalam membentuk aktivitas M&A tidak dapat diabaikan. Kerangka kerja antimonopoli dirancang untuk mencegah konsentrasi pasar yang berlebihan. Namun, AI menghadirkan tantangan baru bagi regulator. Bagaimana cara menilai merger antara dua perusahaan platform yang tidak bersaing secara langsung tetapi mengontrol ekosistem data yang berdekatan? Pengalaman pemerintah dalam merancang kebijakan untuk mendorong transformasi digital di sektor lain (Kristanto et al., 2021) memberikan wawasan tentang pendekatan adaptif yang mungkin diperlukan, termasuk penggunaan "regulatory sandboxes" untuk menguji dampak dari jenis-jenis kesepakatan baru.

Akhirnya, keberhasilan setiap M&A pada akhirnya bergantung pada fase integrasi pasca-merger (PMI). Literatur tentang aliansi strategis dan kemitraan (Kusumasari & Alam, 2022) menyoroti pentingnya kesesuaian budaya, komunikasi yang jelas, dan tujuan bersama. Tantangan-tantangan ini diperkuat dalam M&A yang didorong oleh AI, terutama ketika sebuah perusahaan tradisional mengakuisisi startup teknologi yang gesit. AI dapat digunakan sebagai alat untuk memfasilitasi integrasi, misalnya dengan memetakan jaringan komunikasi informal atau menyelaraskan proses bisnis. Namun, AI juga dapat menjadi sumber konflik jika dipaksakan pada budaya perusahaan yang menolak perubahan. Implementasi kebijakan pendampingan (Santoso, 2022) dalam konteks UMKM memberikan analogi untuk program manajemen perubahan terstruktur yang diperlukan selama PMI.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain tinjauan literatur sistematis, yang diterapkan melalui lensa re-interpretasi analogis. Metode ini dipilih secara sengaja untuk mengatasi tantangan dalam menganalisis fenomena yang relatif baru dan berkembang pesat seperti dampak AI pada industri M&A, di mana literatur akademik yang langsung dan komprehensif mungkin masih terbatas. Pendekatan ini memungkinkan sintesis pengetahuan dari domain yang tampaknya berbeda untuk menerangi masalah yang sedang dikaji.

Secara spesifik, penelitian ini mengambil korpus yang telah ditentukan sebelumnya yang terdiri dari 35 artikel akademik yang berfokus pada dinamika Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama dalam konteks Indonesia. Artikel-artikel ini, yang diterbitkan antara tahun 2020 dan 2024, membahas tema-tema fundamental ekonomi seperti riset pasar, persaingan, adopsi teknologi, dan kebijakan pemerintah. Keputusan metodologis inti dari penelitian ini adalah memperlakukan

korpus ini sebagai representasi studi kasus dari mekanisme ekonomi fundamental yang bersifat fraktal, artinya, prinsip-prinsip yang sama berlaku di berbagai skala, dari UMKM hingga korporasi multinasional yang terlibat dalam M&A.

Proses analisis data melibatkan tiga langkah utama. Pertama, setiap artikel dianalisis untuk mengekstraksi konsep inti dan hubungan kausalnya (misalnya, bagaimana kualitas informasi memengaruhi kinerja). Kedua, dilakukan proses abstraksi dan pemetaan analogis. Konsep "riset pasar UMKM" dipetakan ke konsep "*due diligence* M&A." Konsep "dukungan pemerintah untuk ekspor UMKM" dipetakan ke "lingkungan regulasi M&A global." "Adopsi pemasaran digital" dipetakan ke "penilaian sinergi teknologi." Proses ini memungkinkan kerangka kerja yang solid dari literatur yang ada untuk diterapkan pada topik baru.

Ketiga, berdasarkan pemetaan ini, analisis tematik dilakukan untuk membangun narasi baru yang relevan dengan pertanyaan penelitian tentang AI dan M&A. Tema-tema seperti "Revolusi *Due Diligence* Berbasis AI," "Valuasi Aset Tak Berwujud," dan "Tantangan Integrasi Algoritmik" muncul dari sintesis antara konsep-konsep dari literatur sumber dan konteks baru industri M&A. Ini adalah pendekatan hermeneutik di mana makna baru dibangun dari interpretasi teks yang ada dalam konteks baru.

Keterbatasan utama dari metodologi ini adalah sifatnya yang sangat interpretatif. Validitas kesimpulan tidak berasal dari data empiris baru tentang M&A, melainkan dari kekuatan dan koherensi logika analogis yang dibangun. Penelitian ini tidak mengklaim bahwa sebuah UMKM sama dengan sebuah target M&A, tetapi berargumen bahwa keduanya adalah pelaku ekonomi yang tunduk pada tekanan informasi dan persaingan yang serupa, sehingga memungkinkan wawasan untuk ditransfer. Transparansi dijaga dengan secara eksplisit menyatakan sifat analogis dari metode ini dan dengan secara akurat mengutip semua sumber asli, memungkinkan pembaca untuk menilai sendiri validitas dari re-interpretasi yang disajikan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Analisis tematik yang menerapkan dinamika ekonomi mikro dari literatur sumber ke lanskap M&A global menghasilkan pemahaman terperinci tentang bagaimana AI membentuk ulang industri ini. Hasilnya dikelompokkan ke dalam empat fase utama dari siklus hidup M&A.

Revolusi dalam Identifikasi Target dan *Due Diligence*

Secara tradisional, identifikasi target (*deal sourcing*) adalah proses reaktif yang bergantung pada jaringan. AI mengubahnya menjadi perburuan proaktif. Algoritma AI terus-menerus memindai alam semesta data—termasuk data keuangan, berita, pengajuan paten, profil media sosial, dan bahkan citra satelit—untuk mengidentifikasi perusahaan yang sesuai dengan kriteria akuisisi strategis. Kemampuan AI untuk "mengidentifikasi peluang ekspor" bagi produk unggulan (Widiastuti & Lestari, 2022) dapat dianalogikan secara langsung dengan kemampuannya mengidentifikasi perusahaan target dengan teknologi atau posisi pasar yang unik, bahkan sebelum perusahaan tersebut secara resmi "dijual."

Fase *due diligence* (DD) mengalami transformasi yang paling dramatis. Proses yang dulunya memakan waktu dan padat karya ini sekarang sangat ditingkatkan oleh AI. Platform *Natural Language Processing* (NLP) dapat meninjau ribuan kontrak, email, dan

dokumen internal dalam hitungan menit, menandai klausul yang tidak biasa, potensi kewajiban hukum, dan risiko kepatuhan. Ini adalah versi skala besar dari pentingnya memiliki "informasi pasar yang berkualitas" untuk membuat keputusan yang tepat (Manurung et al., 2021).

AI memungkinkan DD yang lebih dalam dan lebih prediktif. Daripada hanya memverifikasi data historis, model AI dapat menganalisis data operasional target untuk memprediksi churn pelanggan, mengidentifikasi inefisiensi dalam rantai pasokan, atau menilai kesehatan budaya organisasi melalui analisis komunikasi internal. Ini mengubah DD dari sekadar latihan "melihat ke belakang" menjadi "melihat ke depan". Tantangan akses terhadap data yang andal yang dihadapi oleh analis (Rahmi et al., 2022) diatasi dengan kemampuan AI untuk memproses dan memvalidasi kumpulan data terstruktur dan tidak terstruktur dalam skala besar.

AI juga memperkenalkan jenis DD baru: **DD Teknologi dan Data**. Saat mengakuisisi perusahaan teknologi, pembeli menggunakan alat AI untuk menganalisis kualitas kode, skalabilitas arsitektur perangkat lunak, dan yang terpenting, nilai dan kepatuhan dari aset data target. Ini adalah proses yang sangat teknis, jauh melampaui analisis keuangan tradisional.

Pergeseran Paradigma dalam Valuasi dan Pemodelan Sinergi

Valuasi selalu menjadi inti dari M&A, tetapi AI menantang model-model tradisional. Untuk perusahaan yang aset utamanya adalah data dan algoritma, metrik standar seperti EBITDA bisa jadi tidak relevan. AI membantu mengembangkan model valuasi baru yang dapat mengukur nilai dari efek jaringan, biaya akuisisi pelanggan, dan nilai seumur hidup pelanggan (customer lifetime value) dengan lebih akurat.

Tantangan terbesar adalah menilai sinergi—nilai tambah yang diciptakan oleh penggabungan dua perusahaan. Secara historis, proyeksi sinergi seringkali terlalu optimis. Model AI kini dapat mensimulasikan dampak penggabungan dengan lebih canggih. Dengan menganalisis data operasional dari kedua perusahaan, AI dapat mengidentifikasi area tumpang tindih untuk pemotongan biaya dan, yang lebih penting, peluang pertumbuhan pendapatan (cross-selling, up-selling) yang mungkin tidak terlihat oleh analis manusia. Kemampuan untuk mengidentifikasi "keunggulan bersaing" baru yang timbul dari kombinasi kapabilitas inovasi (Susanto & Priyono, 2023) menjadi lebih berbasis data.

AI juga memungkinkan analisis "skenario" yang jauh lebih kompleks. Alih-alih hanya beberapa kasus dasar (base, best, worst case), model AI dapat menjalankan ribuan simulasi berdasarkan berbagai variabel pasar untuk menghasilkan distribusi probabilitas dari hasil M&A, memberikan pembuat keputusan gambaran yang lebih realistis tentang risiko dan imbalan.

Navigasi Lanskap Negosiasi dan Regulasi dengan AI

Meskipun negosiasi tetap merupakan domain manusia, AI berperan sebagai alat pendukung yang kuat. Teori permainan dan model prediktif dapat mensimulasikan kemungkinan hasil negosiasi berdasarkan profil dan perilaku historis pihak lawan. Selama proses negosiasi yang kompleks, AI dapat melacak ratusan poin yang dinegosiasikan secara bersamaan, memastikan konsistensi dan mencegah poin-poin penting terlewatkan.

Di ranah regulasi, AI memiliki peran ganda. Firma hukum dan penasihat M&A menggunakan AI untuk memprediksi kemungkinan tantangan dari otoritas

antimonopoli. Dengan menganalisis preseden kasus dan pernyataan publik dari regulator, AI dapat menilai risiko kesepakatan diblokir dan menyarankan strategi mitigasi, seperti divestasi aset.

Di sisi lain, regulator sendiri mulai mengeksplorasi penggunaan AI. Mereka dapat menggunakan AI untuk menganalisis data pasar dalam skala besar untuk mensimulasikan dampak merger terhadap persaingan harga dan pilihan konsumen dengan cara yang jauh lebih canggih daripada metode tradisional seperti Indeks Herfindahl-Hirschman (HHI). Kebutuhan akan "kebijakan berbasis data" (data-driven policy) yang dibahas dalam literatur sumber (Abdullah & Razak, 2021) menjadi sangat relevan bagi badan-badan regulator ini.

Manajemen Integrasi Pasca-Merger (PMI) yang Ditingkatkan AI

Fase PMI seringkali menjadi tempat di mana nilai M&A hilang. AI menawarkan serangkaian alat untuk mengelola proses yang sangat kompleks ini. Dalam integrasi sistem TI, AI dapat secara otomatis memetakan dependensi antara sistem dari kedua perusahaan, mengidentifikasi konflik, dan merencanakan urutan migrasi.

Dalam hal sumber daya manusia, AI dapat menganalisis data keterampilan karyawan dari kedua organisasi untuk mengidentifikasi tumpang tindih dan kesenjangan, memfasilitasi penempatan ulang staf, dan merancang program pelatihan yang ditargetkan. Analisis kebutuhan pelatihan (Lestari et al., 2021) menjadi proses dinamis yang didukung oleh data.

Salah satu aplikasi yang paling menarik adalah dalam **integrasi budaya**. Dengan menganalisis data komunikasi anonim (seperti email atau Slack), alat NLP dapat memetakan jaringan pengaruh informal, mengukur sentimen karyawan, dan mengidentifikasi potensi bentrokan budaya antara kedua organisasi sebelum menjadi masalah besar. Ini adalah pendekatan berbasis data untuk tantangan manajemen perubahan yang secara tradisional sangat "lunak" dan sulit diukur.

AI juga mempercepat realisasi sinergi. Dengan memantau data operasional pasca-merger secara real-time, dasbor AI dapat melacak kemajuan pencapaian target sinergi, menandai area yang tertinggal, dan menyarankan tindakan korektif. Ini membuat tim manajemen bertanggung jawab dan memastikan bahwa justifikasi strategis di balik kesepakatan benar-benar diwujudkan. Efektivitas program, yang dievaluasi dalam konteks kebijakan publik (Adhari & Hati, 2022), kini dapat dilacak secara dinamis dalam konteks korporat.

Diskusi

Temuan-temuan di atas dengan jelas menunjukkan bahwa AI bukan sekadar alat tambahan dalam kotak perkakas M&A; ia adalah kekuatan transformatif yang mengubah aturan main secara fundamental. Diskusi ini akan menggali lebih dalam implikasi strategis, organisasional, dan etis dari pergeseran paradigma ini.

Pertama, munculnya "**kesenjangan AI**" dalam M&A adalah implikasi yang paling signifikan. Perusahaan dan firma penasihat dapat dibagi menjadi dua kubu: mereka yang memiliki kapabilitas AI dan mereka yang tidak. Kubu pertama dapat melakukan *due diligence* lebih cepat, membuat valuasi lebih akurat, dan mengidentifikasi peluang yang tidak terlihat oleh yang lain. Ini menciptakan keunggulan kompetitif yang sangat besar, yang berisiko meminggirkan pemain yang lebih kecil atau lebih lambat dalam mengadopsi teknologi. Kesenjangan ini mencerminkan "kesenjangan digital" yang diamati pada tingkat UMKM (Suryani et

al., 2021), tetapi dengan pertaruhan finansial yang jauh lebih tinggi. Dalam jangka panjang, ini dapat mengarah pada konsolidasi di industri penasihat M&A itu sendiri.

Kedua, **sifat keahlian yang dibutuhkan dari profesional M&A sedang berubah secara radikal**. Bankir dan pengacara M&A di masa depan tidak bisa lagi hanya mengandalkan keahlian finansial atau hukum. Mereka harus menjadi "bilingual"—fasih dalam bahasa bisnis dan bahasa ilmu data. Mereka perlu memahami cara kerja model AI, mampu menginterogasi asumsi di baliknya, dan menerjemahkan output algoritmik menjadi nasihat strategis yang dapat dipahami oleh dewan direksi. Ini menuntut perombakan besar dalam pelatihan dan perekrutan di seluruh industri jasa keuangan.

Ketiga, AI memperburuk **dilema antara kecepatan dan ketelitian**. Meskipun AI memungkinkan transaksi diselesaikan dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya, ada risiko bahwa ketergantungan yang berlebihan pada algoritma dapat menyebabkan pengabaian terhadap penilaian kualitatif dan nuansa manusia. Model AI secerdas data yang dilatihnya, dan dapat mewarisi bias atau gagal memperhitungkan peristiwa "black swan" yang belum pernah terjadi sebelumnya. Ada bahaya "otomatisasi kebodohan," di mana keputusan buruk dibuat dengan sangat cepat dan efisien.

Keempat, AI memaksa adanya **fokus yang lebih tajam pada aset tak berwujud**. Dalam banyak kesepakatan teknologi, nilai sebenarnya terletak pada data, talenta, dan budaya inovasi. Ini adalah aset yang sulit dinilai dan diintegrasikan. Keberhasilan M&A di era AI akan semakin bergantung pada kemampuan pembeli untuk mempertahankan talenta kunci dan mengasimilasi budaya startup yang gesit setelah akuisisi, sebuah tantangan yang jauh lebih sulit daripada sekadar mengkonsolidasikan neraca.

Kelima, diskusi mengenai **etika dan dampak sosial dari M&A yang ditingkatkan AI** menjadi sangat penting. Jika AI dapat mengidentifikasi redundansi pekerjaan dengan presisi yang kejam selama PMI, apakah ini akan mengarah pada pemutusan hubungan kerja yang lebih cepat dan lebih luas pasca-merger? Siapa yang bertanggung jawab jika model AI yang bias menghasilkan keputusan perekrutan atau pemecatan yang diskriminatif selama integrasi? Pertanyaan-pertanyaan ini melampaui analisis keuangan dan menyentuh inti tanggung jawab sosial perusahaan.

Keenam, peran regulator antimonopoli menjadi lebih kritis sekaligus lebih sulit. Dengan AI yang memungkinkan identifikasi dan eksekusi M&A yang cepat, ada risiko gelombang konsolidasi yang dapat mengurangi persaingan di berbagai sektor. Regulator perlu berpacu untuk mengembangkan keahlian dan alat AI mereka sendiri untuk dapat secara efektif meninjau kesepakatan yang kompleks ini. Pendekatan kebijakan yang proaktif dan berbasis data, seperti yang dianjurkan untuk mendukung ekonomi digital (Abdullah & Razak, 2021), menjadi suatu keharusan bagi lembaga-lembaga ini.

Ketujuh, **demokratisasi versus sentralisasi** adalah tensi utama lainnya. Di satu sisi, beberapa alat AI dapat tersedia sebagai layanan (SaaS), yang berpotensi memungkinkan firma butik yang lebih kecil untuk bersaing dengan raksasa perbankan investasi. Di sisi lain, pengembangan model AI yang paling canggih memerlukan akses ke data eksklusif dan kekuatan komputasi yang sangat besar, yang kemungkinan besar akan mengkonsentrasikan kekuatan di tangan beberapa pemain teknologi dan keuangan terbesar.

Kedelapan, kita harus mempertimbangkan **dampak refleksif AI terhadap pasar itu sendiri**. Jika semua pemain utama menggunakan model AI yang serupa untuk valuasi dan identifikasi target, apakah ini akan mengarah pada pemikiran kelompok (groupthink) algoritmik, di mana semua orang mengejar jenis kesepakatan yang sama, menciptakan gelembung aset (asset bubbles) di sektor-sektor tertentu?

Kesembilan, analogi dengan tantangan UMKM tetap relevan. Kesulitan UMKM dalam mengakses pembiayaan ekspor (Sulistiyani et al., 2022) mencerminkan kesulitan perusahaan non-teknologi untuk mendapatkan valuasi yang adil di pasar M&A yang terobsesi dengan AI. Strategi klasterisasi untuk meningkatkan daya saing UMKM (Fathoni et al., 2023) dapat menjadi model bagi perusahaan menengah untuk membentuk aliansi strategis atau konsorsium data untuk bersaing dengan raksasa industri.

Kesepuluh, integrasi budaya tetap menjadi "Achilles' heel" dari M&A. Meskipun AI dapat menyediakan data tentang sentimen dan komunikasi, ia tidak dapat menggantikan kebutuhan akan kepemimpinan manusia yang empatik dan cerdas secara emosional untuk menjembatani dua organisasi yang berbeda. Ketergantungan yang berlebihan pada dasbor AI untuk manajemen perubahan dapat menjadi bumerang jika mengabaikan interaksi manusia yang otentik.

Pada akhirnya, diskusi ini menyimpulkan bahwa AI tidak menghilangkan elemen fundamental dari M&A kebutuhan akan visi strategis, penilaian yang cermat, dan eksekusi yang disiplin. Sebaliknya, AI meningkatkan pertaruhannya. AI memperkuat hasil dari keputusan yang baik dan buruk. Di tangan ahli strategi yang cerdas, AI adalah alat yang sangat kuat untuk menciptakan nilai. Di tangan yang tidak siap, ia adalah jalan pintas menuju bencana yang mahal. Lanskap M&A 2026 akan ditentukan oleh mereka yang dapat menguasai simbiosis antara kecerdasan manusia dan kecerdasan buatan.

Kesimpulan

Pada tahun 2026, Kecerdasan Buatan telah secara tak terbantahkan berhenti menjadi konsep futuristik dalam industri Merger dan Akuisisi dan telah menjadi kekuatan operasional yang sentral dan transformatif. Analisis ini menyimpulkan bahwa AI secara fundamental membentuk ulang setiap fase siklus hidup M&A, mulai dari cara target diidentifikasi menggunakan analisis prediktif, hingga bagaimana *due diligence* dipercepat secara eksponensial, valuasi diperkaya dengan analisis aset tak berwujud, dan integrasi pasca-merger dikelola dengan presisi berbasis data. AI bukan lagi hanya tentang efisiensi biaya; ia telah menjadi penentu utama keunggulan kompetitif dalam penciptaan nilai M&A.

Implikasi utama dari transformasi ini adalah munculnya "kesenjangan AI" yang tajam di dalam industri, yang memisahkan mereka yang mampu memanfaatkan kekuatan AI dari mereka yang tidak. Hal ini menuntut perubahan radikal dalam profil keahlian profesional M&A, yang kini harus memadukan ketajaman finansial dengan literasi data. Lebih jauh lagi, kecepatan dan skala M&A yang ditingkatkan AI menghadirkan tantangan baru yang signifikan bagi regulator antimonopoli dan menimbulkan pertanyaan etis yang mendalam tentang dampak sosial dari otomatisasi keputusan strategis.

Penelitian di masa depan harus beralih dari analisis konseptual ke studi empiris yang mengukur secara kuantitatif dampak AI terhadap premi M&A, tingkat

keberhasilan kesepakatan, dan realisasi sinergi. Studi kasus yang mendalam tentang kegagalan M&A yang didorong oleh AI juga akan memberikan pelajaran yang berharga. Pada akhirnya, menavigasi era baru M&A ini menuntut para pemimpin untuk mengembangkan kerangka kerja tata kelola yang kuat untuk AI, memastikan bahwa teknologi yang sangat kuat ini digunakan tidak hanya untuk memaksimalkan nilai pemegang saham, tetapi juga untuk mendorong pertumbuhan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Referensi

- Adhari, A.N. & Hati, S.W. (2022). Policy evaluation of MSMEs' development program using data envelopment analysis. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 23(1), 114-126. <https://journal.umy.ac.id/index.php/esp/article/view/11833>
- Apriani, D., & Sudaryanto, B. (2021). The Effect of Government Support, and E-Commerce Adoption on the Performance of Culinary SMEs. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta Indonesia*, 23(2), 123-132. <https://journals.uc.ac.id/index.php/JPWI/article/view/2347>
- Astuti, W., & Arifin, Z. (2023). The Effect of Digital Marketing Adoption and Market Intelligence on Export Performance of SMEs. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 25(3), 393-405. <https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jebav/article/view/2109>
- Fathoni, M. A., & dkk. (2023). Strategi Peningkatan Daya Saing Ekspor UMKM melalui Klusterisasi Industri Berbasis Riset Pasar. *Jurnal Siasat Bisnis*, 27(1), 1-15. <https://journal.uin.ac.id/JSB/article/view/26198>
- Firmansyah, F. A., & Setyobudi, I. (2022). Perancangan Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital bagi UMKM melalui Pendekatan Analitis. *Jurnal Pemerintahan dan Kebijakan Publik*, 4(2), 112-125. <https://jurnal.unpad.ac.id/gpp/article/view/41022>
- Handayani, T., & Fauziah, S. (2023). Integrasi Riset Pasar dalam Perancangan Program Pendampingan UMKM untuk Penetrasi Pasar Internasional. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(1), 1-14. <https://jurnal.unpad.ac.id/jbm/article/view/45011>
- Hidayat, R., & Farida, N. (2023). Intervensi Kebijakan Berbasis Data untuk Peningkatan Akses Pasar Global bagi UMKM. *Jurnal Administrasi Publik*, 11(2), 210-225. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JAP/article/view/17890>
- Indrawati, & dkk. (2022). How government support and entrepreneurial orientation mediate the relationship between market orientation and business performance of SMEs. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 26(2), 340-356. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jkp/article/view/6652>
- Kristanto, H. O., & dkk. (2021). Government Policies and Digital Transformation of SMEs: A Case Study in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and*

- Business*, 8(5), 1121-1130.
<https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202115165187443.pdf>
- Kusumasari, B., & Alam, Q. (2022). Public-private partnerships for enhancing SME capacity: A framework for policy design. *Public Organization Review*, 22(4), 1017-1033. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11115-021-00566-3>
- Lestari, S. D., & dkk. (2021). Analisis Kebutuhan Pelatihan UMKM dalam Menghadapi Persaingan Pasar Global: Sebuah Studi Eksploratif. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 12(3), 222-235. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jmo/article/view/38072>
- Manurung, A. H., & dkk. (2021). The impact of market information quality and use on export performance of Indonesian SMEs. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 23(3), 260-281. <https://jurnal.ugm.ac.id/gamaijb/article/view/58880>
- Mawardi, M., & dkk. (2022). Market sensing capability and the use of market information for export marketing strategy formulation in SMEs. *Diponegoro International Journal of Business*, 5(2), 143-154. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dijb/article/view/14959>
- Novitasari, D., & dkk. (2023). Pemanfaatan Analisis Big Data untuk Memetakan Tren Konsumen dan Implikasinya bagi Strategi Produk UMKM. *Jurnal Sistem Informasi*, 19(1), 14-27. <https://jsi.cs.ui.ac.id/index.php/jsi/article/view/1063>
- Nugroho, A., & Ratnawati, V. (2023). Kebijakan Hilirisasi Produk UMKM Berbasis Riset Pasar untuk Meningkatkan Nilai Tambah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 24(2), 205-217. <https://journals.ums.ac.id/index.php/JEP/article/view/19223>
- Prasetyo, P. E., & dkk. (2021). Building MSMEs' competitiveness through the implementation of digital marketing and government support. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 9(3), 251-264. <http://online-journal.unja.ac.id/JPPD/article/view/13768>
- Pratama, I., & kawan-kawan. (2024). Analisis Sentimen untuk Riset Pasar: Studi Kasus Opini Publik terhadap Produk UMKM di Media Sosial. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 11(1), 113-122. <https://jtiik.ub.ac.id/index.php/jtiik/article/view/4598>
- Purnomo, A., Hasibuan, A., & Sudirman, A. (2023). Strategi Pemerintah dalam Mendorong UMKM Berorientasi Ekspor Melalui Optimalisasi Riset Pasar. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, 19(2), 297-310. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/EKM/article/view/11357>
- Rahayu, A. Y. S. (2022). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Potensi Lokal Melalui Riset Pasar Partisipatif. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 7(03), 131-140. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JIE/article/view/10987>
- Rahmi, D. N. & kawan-kawan. (2022). Identifikasi Hambatan Ekspor pada UMKM Sektor Kerajinan: Dasar Perumusan Kebijakan Pendampingan. *Jurnal*

- Administrasi Bisnis*, 12(1), 45-56.
<https://jab.polban.ac.id/index.php/jab/article/view/741>
- Riani, W., & kawan-kawan. (2022). Enhancing export performance of creative industry SMEs: The role of market analysis capability and innovation. *Jurnal Manajemen*, 26(3), 391-408.
<https://journal.sbm.itb.ac.id/index.php/jmr/article/view/5112>
- Santoso, D. B. (2022). Implementasi Kebijakan Pendampingan Ekspor dan Dampaknya terhadap Kinerja UMKM: Peran Mediasi Kemampuan Riset Pasar. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(2), 214-230.
https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/Jurnal_Mix/article/view/13764
- Saputra, A. D., & Mawardi, M. K. (2022). Optimalisasi Intelijen Pemasaran untuk Meningkatkan Kinerja Ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(3), 621-633.
<http://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/2415>
- Sari, D. P., & Wijaya, A. (2024). Efektivitas Program Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis Riset Pasar terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta Indonesia*, 26(1), 45-58.
<https://journals.uc.ac.id/index.php/JPWI/article/view/4512>
- Setiawan, M., & kawan-kawan. (2023). Peran Mediasi Orientasi Pasar pada Hubungan antara Dukungan Pemerintah dan Kinerja Ekspor UKM. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(1), 185-197.
<http://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/2693>
- Siregar, M., & dkk. (2021). The role of government support and market orientation on the performance of SMEs in Indonesia. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(3), 777-784.
http://www.growingscience.com/uscm/Vol9/uscm_2021_36.pdf
- Sulistiyani, S., & kawan-kawan. (2022). Model Kebijakan Fasilitasi Pembiayaan Ekspor untuk UMKM Berbasis Analisis Risiko Pasar. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 26(4), 856-871.
<https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jkp/article/view/7201>
- Suryani, T., & kawan-kawan. (2021). The role of digital literacy and government policy in the adoption of e-commerce by SMEs in Indonesia. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 547-554.
http://www.growingscience.com/ijds/Vol5/IJDNS_2021_49.pdf
- Susanto, H., & Priyono, B. S. (2023). Pengaruh Riset Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Fesyen. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNLAT*, 8(2), 215-226.
<https://jrmb.feb.uniat.ac.id/index.php/jrmb/article/view/978>
- Tuhumena, F. D., & dkk. (2022). A systematic literature review on market intelligence for SMEs. *Procedia Computer Science*, 197, 637-646.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187705092100868X>

- Utami, H. N., & Purwanto, B. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesiapan Ekspor UMKM di Sektor Makanan Olahan. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 94-106.
<http://journals.ums.ac.id/index.php/benefit/article/view/17852>
- Wardana, L. W., & kawan-kawan. (2021). Adopsi Pemasaran Digital sebagai Respons Kebijakan untuk Keberlanjutan UMKM di Era Pandemi. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 20(1), 73-93.
<https://journal.sbm.itb.ac.id/index.php/jmt/article/view/4590>
- Wibowo, A., & kawan-kawan. (2022). Understanding the drivers of digital platform use for market access among rural SMEs. *Technology in Society*, 68, 101905.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160791X2200021X>
- Widiastuti, T., & Lestari, E. (2022). Peran Riset Pasar dalam Mengidentifikasi Peluang Ekspor untuk Produk Unggulan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(1), 60-68.
<http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/23304>