

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kita semua sudah menyadari manfaat-manfaat yang akan diperoleh perusahaan ketika mereka memutuskan untuk *go public*. Salah satunya adalah membuka akses perusahaan terhadap sarana pendanaan jangka panjang, meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan usaha, meningkatkan nilai perusahaan, dan masih banyak lagi. Agar perusahaan dapat *go public* tentunya mereka harus melakukan *Initial Public Offering* (IPO).

Di Indonesia sendiri sudah banyak perusahaan yang *go public*. Pencatatan saham perdana di Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatatkan rekor tertinggi pada tahun 2018 yaitu sebanyak 57 perusahaan. Sementara itu, “Analisis PT. RHB Sekuritas Henry Wibowo menuturkan, jumlah IPO meski cukup banyak tetapi perolehan dana tidak terlalu besar” (Situmorang, 2018) . Pada tahun 2019 BEI menyatakan, jumlah perusahaan tercatat hingga akhir tahun berpotensi kembali mencetak rekor tertinggi. Jumlah perusahaan tercatat di bursa hingga hari Selasa tanggal 15 Oktober 2019 sudah mencapai 41 perusahaan. Namun, nilai perolehan dana dari perusahaan yang melakukan IPO relatif kecil. BEI menilai kecilnya nilai perolehan dana perusahaan yang melakukan penawaran umum perdana saham merupakan hal positif. Artinya ada peningkatan kesadaran perusahaan-perusahaan kecil untuk memanfaatkan pasar modal sebagai opsi pendanaan (Aldin, 2019) . “Belakangan ini di Indonesia, tampaknya telah terjadi pergeseran tren perusahaan

yang ingin mencatatkan sahamnya di bursa. IPO sekarang terpantau lebih didominasi oleh perusahaan berkapitalisasi kecil - dengan raihan dana IPO masih di bawah Rp1 triliun. Sementara itu, perusahaan berkapitalisasi jumbo justru terlihat masih enggan.” (Tari, 2019).

Dengan adanya tren ini tentunya tingkat persaingan perusahaan juga semakin meningkat dan sebagian besar dari perusahaan juga sudah mengetahui bahwa modal intelektual telah menjadi aset yang sangat bernilai dalam dunia bisnis. Penting bagi perusahaan untuk memahami bahwa pengungkapan beberapa informasi non-keuangan mereka merupakan cara kritis untuk mengkomunikasikan nilai perusahaan kepada investor dan seringkali memiliki efek langsung pada nilai saham mereka (Mazzoli & Cardi, 2015).

Sudah bukan hal baru lagi bahwa efek dari pengungkapan informasi non-keuangan perusahaan pada prospektus saat IPO menjadi perhatian di beberapa tahun terakhir ini tetapi penelitian mengenai topik ini secara garis besar hanya berfokus pada efek jangka pendek bahwa pengungkapan tersebut memiliki pengaruh terhadap perilaku investor (Mazzoli & Cardi, 2015). Bukti-bukti empiris terbaru tampaknya terus menunjukkan efek positif bahwa pengungkapan informasi non-keuangan berpengaruh terhadap performa IPO dalam jangka pendek. Namun, efek jangka panjang dari pengungkapan informasi non-keuangan terhadap kinerja jangka panjang IPO masih kurang mendapat banyak perhatian. Hasil penelitian Nielsen *et al.* (2015) juga menunjukkan pengungkapan informasi *intellectual capital* (IC) umumnya merupakan informasi yang relevan bagi investor yang ingin menilai probabilitas kinerja jangka panjang perusahaan IPO.

Melihat hasil penelitian yang dilakukan oleh Cardi *et al.* (2018) mengenai efek pengungkapan IC pasca IPO yang diperoleh dari prospektus perusahaan *listing* di Italia dari tahun 2004-2014, menunjukkan bahwa “[1] informasi mengenai sumber daya manusia dan kegiatan TI yang awalnya diungkapkan dalam prospektus IPO terus memberikan efek positif terhadap perilaku investor pasar sekunder dalam 12 bulan setelah IPO. [2] Selain itu, informasi mengenai sumber daya manusia terkait positif dengan kinerja saham 36 bulan juga. [3] Temuan kami mengkonfirmasi bahwa pentingnya peran sumber daya manusia dalam persepsi nilai perusahaan secara empiris ditemukan dalam jangka panjang dan memberikan perusahaan informasi rekomendasi operasi yang kuat mengenai informasi IC yang harus mereka komunikasikan kepada investor untuk meningkatkan daya tarik perusahaan mereka”. Dalam penelitian tersebut, penulis juga percaya bahwa temuan dapat digeneralisasikan ke negara lainnya tetapi bukti empiris akan mengambil keuntungan jika diuji dalam konteks geografis yang berbeda. Untuk membuktikan konsistensi dari hasil penelitian Cardi *et al.* (2018) tentunya diperlukan penelitian tambahan mengenai topik ini pada konteks geografis yang berbeda.

1.2. Rumusan Masalah

Peningkatan jumlah perusahaan IPO di Indonesia semakin pesat yang menyebabkan tingkat persaingan semakin tinggi pula. Perusahaan tentunya harus menyadari pentingnya pengungkapan IC pada IPO untuk menarik perhatian investor. Namun, penelitian sebelumnya banyak yang berfokus pada jangka

pendek bahwa pengungkapan tersebut memberikan pengaruh terhadap perilaku investor. Penelitian mengenai efek jangka panjang pengungkapan IC pasca IPO belum mendapatkan banyak perhatian. Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Cardi *et al.* (2018), hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa pengungkapan IC pada IPO memberikan pengaruh positif terhadap kinerja saham 12 bulan dan 36 bulan. Hasil penelitian Cardi *et al.* (2018) juga dipercaya dapat digeneralisasikan ke negara lain. Menyadari hal tersebut, penulis menjadi tertarik untuk melakukan penelitian mengenai efek pengungkapan IC pasca IPO di Indonesia untuk membuktikan konsistensi dari hasil penelitian sebelumnya. Rumusah masalah untuk penelitian ini adalah:

“Apakah pengungkapan IC berpengaruh terhadap kinerja saham pasca IPO di Indonesia?”

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai: Pengaruh pengungkapan IC terhadap kinerja saham pasca IPO di Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan dapat memberikan beberapa kontribusi yaitu:

1. Kontribusi praktik bagi para manajer perusahaan mengenai pengaruh pengungkapan IC terhadap kinerja saham jangka panjang sehingga mereka dapat mengungkapkan lebih banyak informasi terkait IC pada prospektus mereka untuk menarik perhatian para investor.

2. Kontribusi teori bagi dunia akademik sebagai tambahan informasi mengenai efek pengungkapan IC terhadap kinerja saham pasca IPO dalam konteks geografis yang berbeda untuk membuktikan konsistensi dari penelitian yang sudah ada.

