

Penawaran Umum di Pasar Perdana (Initial Public Offering)

Yulianto Syahyu

Pasar Perdana (primary market)

Pasar Perdana merupakan tempat ditransaksikan Efek atau sekuritas untuk pertama kali sebelum Efek tersebut dicatatkan di bursa Efek.

Menurut Marzuki Usman, dkk., pasar perdana (*primary market*) adalah pasar tempat pembelian surat berharga oleh pemodal sebelum surat berharga tersebut dicatatkan di bursa utama.

Dipasar perdana, pihak emiten menawarkan Efek kepada masyarakat umum untuk pertama kalinya, oleh karena itu kegiatan pasar perdana disebut dengan penawaran umum (*initial Public Offering/IPO*) yang merupakan kegiatan penawaran efek kepada masyarakat (pasal 1 angka 15 UUPM).

Pasar Sekunder (Secondary Market)

Pasar sekunder merupakan tempat dilakukan perdagangan efek setelah melewati masa penawaran umum dipasar perdana dan kemudian dicatatkan di bursa Efek. Melalui pasar sekunder, Efek diperjualbelikan secara luas diantara para investor melalui kegiatan perdagangan di Bursa Efek.

Di Bursa Efek investor membeli Efek di pasar Perdana dapat menjual kembali efeknya ketika investor tersebut membutuhkan uang atau likuiditas di pasar sekunder. Sebaliknya, investor yang tidak memperoleh Efek di pasar perdana, dapat membelinya dipasar sekunder.

Penawaran Umum (Initial Public Offering)

Adapun menurut Pasal 1 angka 15 UUPM, penawaran umum adalah kegiatan penawaran Efek yang dilakukan oleh emiten untuk menjual Efek kepada masyarakat berdasarkan tata cara yang diatur dalam peraturan pasar modal.

Pihak yang melakukan pasar penawaran umum adalah emiten (pasal 1 angka 6 UUPM). Adapun Efek yang ditawarkan antara lain berupa surat pengakuan utang, surat berharga komersial, saham, obligasi, tanda bukti utang, unit penyertaan kontrak investasi kolektif, kontrak berjangka atas efek, dan setiap derivatif dari Efek (pasal 1 Angka 5 UUPM).

Untuk melakukan penawaran umum, emiten terlebih dahulu harus mendapatkan “izin” dari OJK dengan menyampaikan pernyataan pendaftaran (Pasal 1 Angka 9 UUPM)

Public Offering Vs. Private Offering

Penawaran Efek pada prinsipnya dapat dilakukan melalui penawaran *umum* (*public offering*) dan penawaran privat (*private offering*), pada dasarnya penawaran umum merupakan penawaran emiten untuk menjual Efek kepada masyarakat sehingga disebut dengan *public offering*. Adapun *private offering* adalah penjualan Efek “secara langsung” dan pemilik Efek (penjual) kepada pembeli Efek.

Go Public Vs. Go Private

Proses Go Public mempunyai banyak keuntungan antara lain sebagai sarana penghimpunan dan pengerahan citra dan profil perusahaan. Namun Go Public juga memiliki kelemahan seperti meningkatnya kewajiban untuk mematuhi segala ketentuan sebagai perusahaan terbuka khususnya keterbukaan informasi yang menguras tenaga, waktu dan biaya.

Go Private merupakan lawan Go Public karena pada dasarnya Go Private merupakan istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan transaksi atau rangkaian transaksi dalam rangka mengurangi jumlah pemegang saham perusahaan terbuka, bertujuan menghentikan statusnya sebagai perusahaan terbuka.

Tujuan atau Motivasi IPO

Untuk memperoleh dana diperuntukan sebagai biaya modal atau biaya proyek investasi. Selain itu, IPO dilakukan untuk pembiayaan kembali (refinance) atau mengganti Efek ada atau yang sudah jatuh tempo, memodifikasi struktur modal perusahaan, meningkatkan nilai intrinsik Efek, untuk membiayai merger dan akuisisi, memfasilitasi restrukturisasi aset seperti pemisahan/pemecahan perusahaan (spin off and carve out), meningkatkan likuiditas Efek yang ada, merubah resiko yang terdapat pada Efek menjadi keuntungan, menyebarkan kepemilikan dan hak suara (untuk saham), memperkuat perusahaan dari pengambilalihan, memfasilitasi privatisasi, demutualisasi dan reorganisasi,

Tujuan utama IPO adalah untuk mendapatkan dana tunai daripada bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Motivasi lain untuk melakukan IPO adalah untuk mendapat status sebagai perusahaan publik yang prestisius, atau karena adanya keinginan dari pemegang saham utama yang ingin keluar dari perusahaan sehingga perlu dicarikan pengganti yang akan memasukan modal.

Keuntungan dan kelemahan IPO

Keuntungan :

1. Perusahaan dengan mudah mendapatkan sumber dana baru melalui penerbitan saham atau obligasi atau surat berharga lainnya.
2. Memungkinkan perusahaan untuk menggunakan Efek sebagai sumber dana untuk pengembangan usaha atau akuisisi.
3. Di masa mendatang, dengan telah menjadi perusahaan terbuka, perusahaan juga dapat melakukan secondary offering tanpa batas.
4. Dll

Kelemahan IPO

1. Keharusan keterbukaan informasi kepada publik yang ekstensif membuat perusahaan akan selalu diawasi sehingga dapat mengurangi fleksibilitas perusahaan bahkan akan merugikan perusahaan karena harus menyediakan informasi yang berharga kepada kompetitor, supplier, konsumen dan rekan bisnis.
2. Informasi perusahaan yang berharga dapat diakses oleh kompetitor, pemasok atau nasabahnya.
3. Meningkatnya biaya modal dan biaya sumber daya manusia (capital and human resources cost) untuk kegiatan IPO sebagai konsekuensi menjaga status sebagai perusahaan terbuka.
4. dll

Konsekuensi Go Public

Salah satu konsekuensi Go Public khususnya untuk emiten yang melakukan penawaran umum saham adalah terjadi transformasi struktur perusahaan dari PT yang pada awalnya adalah perusahaan (PT) tertutup menjadi perusahaan terbuka. Pengertian perusahaan terbuka diatur UUPT dan UU No.19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara.

MEKANISME IPO

Prosedur IPO

Di Indonesia, calon emiten yang akan melaksanakan penawaran umum wajib memenuhi ketentuan tata cara pendaftaran dalam rangka penawaran umum. Cara melakukan penawaran umum tersebut diatur dalam peraturan No. IX.A.2.

Tahapan IPO

Menurut Alessandro Zattoni dan Willian judge, tata cara penawaran umum, sbb:

1. Drafting registration statement
2. Distribution of preliminary prospectus
3. Filling a registration statement
4. Road show
5. Informasi yang disampaikan emiten dianggap jelas dan akurat. Perusahaan akan diperkenankan untuk menyampaikan perubahan termasuk harga Efek, jumlah Efek, komisi penjamin emisi Efek. Jadwal efektif penawaran Efek ke publik.
6. Dengan dinyatakan efektif pernyataan pendaftaran, calon emiten segera dapat menawarkan Efek ke masyarakat
7. Lock up periode

Tahapan IPO pada dasarnya terbagi atas tahapan pra emisi, emisi dan sesudah emisi

PRA EMISI

Internal Perusahaan

1. Image building dan house clearing
2. Due diligence
3. Rencana go public
4. Perubahan Anggaran Dasar
5. RUPS
6. Penunjukan penjamin emisi, lembaga penunjang dan profesi penunjang
7. Penyiapan dokumen
8. Konfirmasi agen penjual
9. Kontrak pendahuluan dengan bursa
10. Public expose

OJK

1. Penyampaian pernyataan pendaftaran
2. Espose terbatas di OJK (d/h. Bapepam)
3. Evaluasi OJK atas kelengkapan dokumen, kecukupan dan kejelasan informasi, keterbukaan aspek hukum, akuntansi, keuangan dan manajemen
4. Komentar tertulis
5. Pernyataan pendaftaran dinyatakan efektif.

EMISI

```
graph TD; EMISI[EMISI] --> P1[Pasar Perdana]; EMISI --> P2[Pasar Sekunder]; P1 --> L1[1. Pengumuman dan pendistribusian prospektus]; P1 --> L2[2. Penawaran Efek oleh penjamin emisi dan agen penjual]; P1 --> L3[3. Pemesanan Eek]; P1 --> L4[4. Penjatahan Efek]; P1 --> L5[5. Pengembalian Efek]; P1 --> L6[6. Penyerahan Efek]; P2 --> L7[1. Pencatatan Efek]; P2 --> L8[2. Perdagangan Efek]; P2 --> P3[PASCA EMISI]; P3 --> L9[PELAPORAN]; P3 --> L10[1. Laporan berkala]; P3 --> L11[2. Laporan insidentil];
```

Pasar Perdana

1. Pengumuman dan pendistribusian prospektus
2. Penawaran Efek oleh penjamin emisi dan agen penjual
3. Pemesanan Eek
4. Penjatahan Efek
5. Pengembalian Efek
6. Penyerahan Efek

Pasar Sekunder

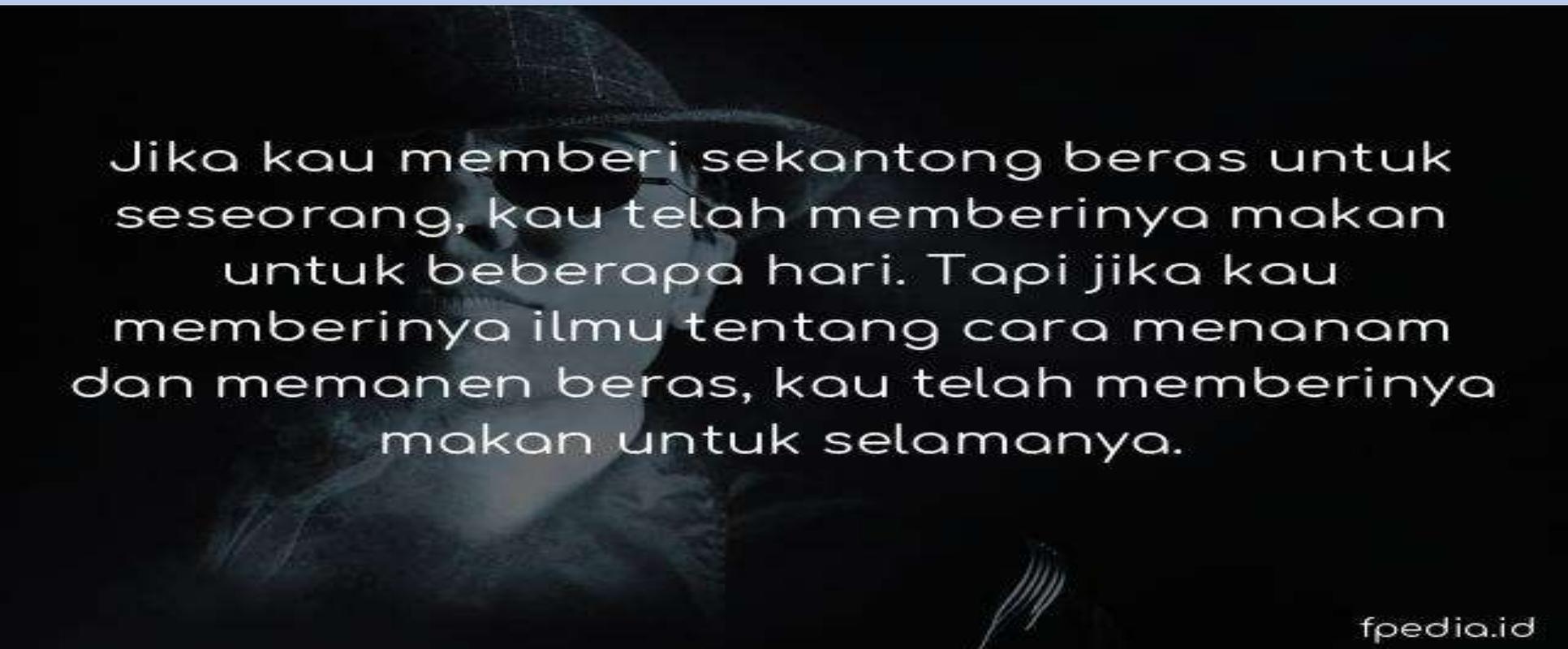
1. Pencatatan Efek
2. Perdagangan Efek

PASCA EMISI

PELAPORAN

1. Laporan berkala
2. Laporan insidentil

SEKIAN

A man wearing a cap and sunglasses, looking thoughtful. The image is dark and serves as a background for the text.

Jika kau memberi sekantong beras untuk seseorang, kau telah memberinya makan untuk beberapa hari. Tapi jika kau memberinya ilmu tentang cara menanam dan memanen beras, kau telah memberinya makan untuk selamanya.