

SYARAT-SYARAT *GO-PUBLIC* DALAM RANGKA PENJUALAN EFEK DILIHAT DARI UNDANG-UNDANG PASAR MODAL

Oleh

I Gusti Bagus Yudhiswara Yoga
Nyoman Mas Ariyani

Bagian Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Udayana

ABSTRAK

Jurnal ini berjudul Syarat-Syarat *Go-Public* Dalam Rangka Penjualan Efek Dilihat Dari Undang-Undang Pasar Modal, dan dalam penulisan jurnal ini, saya menggunakan metode yuridis normatif. Serta di dalam penulisan ini bertujuan agar para pemain di dalam mekanisme pasar modal ini dapat mengetahui pelbagai syarat yang harus dipenuhi oleh emiten pada saat ingin melakukan penawaran umum atau penjualan efek yang sesuai dengan Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (UU Pasar Modal) serta persyaratan dan tata cara perizinan bursa efek sebagai dimaksud lebih lanjut diatur dengan Peraturan Pemerintah. Bagi perusahaan yang akan melakukan *go-public* dalam rangka penjualan efek (emisi) baik saham maupun obligasi di pasar modal harus memenuhi persyaratan dan prosedur yang berlaku serta telah ditetapkan di pasar modal. Mulai dari persyaratan emisi sampai ke tangan investor seperti tahapan emisi yang didiskusikan di dalam Rapat Usaha Pemegang Saham (RUPS), evaluasi oleh Otoritas Jasa Keuangan, menelaah dokumen, *prospectus* penelaahan, kemudian apabila dokumen sudah lengkap, maka akan dilanjutkan ke tahapan dengar pendapat terbuka yang diikuti oleh Otoritas Jasa Keuangan, perusahaan yang bersangkutan, serta lembaga-lembaga lain yang terkait, dilanjutkan dengan persyaratan izin, *prospectus* untuk investor terkait emiten, kemudian dilanjutkan dengan penjualan dan pembelian saham dan obligasi di Pasar Perdana (Primer) sampai di Pasar Sekunder.

Kata kunci : Efek, Emisi, Otoritas Jasa Keuangan, *Go-Public*

ABSTRACT

This journal titled Terms Go-Public In Sales Order Effects Seen From Capital Market Act, and in the writing of this paper, I use the method of normative. As well as in this paper

aims to have the players in the mechanism of the capital market is able to know the various conditions that must be met by the issuer at the time wanted to conduct a public offering or sale of securities in accordance with Article 6 of Law No. 8 of 1995 concerning Capital Market (Act Capital Markets) as well as the requirements and procedures for licensing as a stock exchange is further regulated by Government Regulation. For companies that will go public in the context of the sale of securities (emission) both stocks and bonds in the capital market must comply with the requirements and procedures as well as predefined in the capital market. Starting from the emissions requirements into the hands of investors, such as the stage of emissions discussed at the meeting Business of Shareholders (AGM), the evaluation by the Financial Services Authority, examine documents, prospectus review, then, if the document is complete, it will proceed to the stage of open hearings followed by the Financial Services Authority, the company in question, as well as other institutions involved, followed by the permit requirements, related to the issuer's prospectus for investors, then proceed with the sale and purchase of shares and bonds in the primary market (Primary) to the secondary market.

Keywords: Effect, Emission, the Executive Agency Capital Markets, Go-Public

I. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Emiten publik adalah perusahaan yang bergerak di bidang efek baik saham maupun obligasi dengan tujuan memperoleh deviden. Dalam menawarkan emisinya, emiten harus memenuhi beberapa syarat yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kelengkapan syarat serta sumber daya manusia yang kompeten sangat menunjang pelbagai aktifitas di dalam pasar modal menjadi semakin cepat dan jelas. Karena diharapkan di dalam mekanisme pasar yang efisien di ranah penawaran, pembelian dan penjualan dibutuhkan adanya kejelasan, terlaksana secara konsisten, wajar (yang mencerminkan mekanisme pasar), dan efisien. Hal ini termuat di dalam Pasal 7 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal.

1.2 TUJUAN

Adapun tujuan dari penulisan karya ilmiah ini adalah agar para pemain di dalam mekanisme pasar modal ini dapat mengetahui pelbagai syarat yang harus dipenuhi oleh emiten pada saat ingin melakukan penawaran umum atau penjualan efek yang sesuai dengan Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (UU Pasar Modal) serta persyaratan dan tata cara perizinan bursa efek sebagai dimaksud lebih lanjut diatur dengan Peraturan Pemerintah.

II. ISI MAKALAH

2.1 METODE

Pendekatan masalah dalam pembahasan laporan ini baik untuk kepentingan analisisnya adalah melalui penelitian hukum normatif yaitu metode atau cara yang dipergunakan di dalam penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka¹. Mengkaji hukum tertulis dari berbagai aspek, yaitu aspek teori, sejarah, filosofis, perbandingan, struktur, materi, konsistensi, penjelasan umum, dan pasal demi pasal, formalitas dan kekuatan mengikat serta undang-undang, serta sesuai dengan penelitian hukum yang digunakan yaitu yuridis normatif maka pendekatan masalah yang digunakan dalam laporan ini adalah pendekatan peraturan perundang-undangan dan pendekatan ilmu hukum.

2.2 HASIL DARI PEMBAHASAN

2.2.1 Syarat-Syarat Penjualan Efek oleh Emiten Publik dilihat dari UU Pasar Modal

Emiten publik adalah perusahaan publik yang menjual saham atau surat berharga atau emisi. Di dalam pelaksanaannya sampai ke Pasar sekunder ada beberapa tahapan yang harus disesuaikan berdasarkan ketentuan yang diteptapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan serta UU Pasar Modal. Disini Perusahaan Emiten akan melakukan penawaran umum sebagai tahap promosi guna memancing para masyarakat baik investor maupun pemerintah

¹ Soerjono Soekamto dan Sri Mamidji, 2009, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Cetakan ke 11, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 13.

dan pihak lainnya. Tujuan dari penawaran umum dalam bentuk efek baik saham maupun obligasi adalah demi mendapatkan dana yang segar guna melangsungkan keberlangsungan perusahaan yang konsisten secara terus menerus serta dengan harapan memperoleh laba atau deviden².

Persyaratan penjualan efek oleh emiten yang dimaksud di dalam pasal 6 UU Pasar Modal adalah “Perolehan Izin registrasi dan *Listing* yang diberikan oleh Otoritas Jasa Keuangan”.

Setelah memenuhi tahapan sebelumnya yang didiskusikan di dalam Rapat Usaha Pemegang Saham (RUPS) yang membahas terkait mencari modal di pasar modal. Kemudian setelah dilakukan dengar pendapat terbuka oleh pihak terkait barulah perusahaan emiten publik mengajukan tahapan yang sudah lengkap guna mendapatkan izin yang sesuai. Setelah registrasi di Otoritas Jasa Keuangan, Emiten harus *Listing* di Bursa paling lambat 90 hari setelah izin registrasi dikeluarkan. Setelah ini barulah penjualan efek bisa dilakukan yang didasari dengan keamanan hukum yang kuat.

Kemudian mengenai persyaratan dan tata cara perizinan bursa efek yang harus dipenuhi lebih lanjut diatur dengan Pasal 3 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 1995 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Di Bidang Pasar Modal Presiden Republik Indonesia sebagai berikut :

Mencantumkan akta pendirian Perseroan yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman, nomor pokok wajib pajak Perseroan, izin usaha penawaran umum di dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), ketentuan yang wajib diatur dalam anggaran dasar, kepengurusan, permodalan, dan latar belakang ekonomi pendirian bursa, neraca pembukaan Perseroan yang telah diperiksa oleh Akuntan yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan, jenis modal yang diinginkan, jenis efek, tujuan penggunaan dana emisi, serta melakukan penunjukan lembaga dan profesi penunjang pasar modal.

² Zaeni Asyhadie, S.H., M. Hum, 2009, *Hukum Bisnis (Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia)*, edisi revisi ke 4, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 33.

Apabila ketentuan diatas sudah dipenuhi dengan rampung barulah diajukan ke Otoritas Jasa Keuangan untuk memperoleh izin dengan pertimbangan integritas, kelayakan serta prospek terbentuknya suatu pasar yang efisien, wajar dan teratur. Setelah izin diperoleh barulan pihak terkait yang sudah sepakat mencatatkan dirinya di bursa sebagai pihak yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan di pasar modal ini. Kemudian dibuka pasar sekunder untuk melakukan penjualan demi memperoleh deviden. Di dalam pasar modal itu sendiri harus diadakan secara jelas, terlaksana secara konsisten, wajar, efisien dan wajib berpedoman pada prinsip efisiensi pasar modal dan memperhatikan ketentuan yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan. Serta harus juga meningkatkan system pelayanan informasi, kegiatan pengembangan pasar modal melalui kegiatan promosi dan penelitian, serta meningkatkan sumber daya manusia. Kemudian untuk melindungi kepentingan pemegang saham, perusahaan publik yang bersangkutan wajib meyampaikan pernyataan pendaftaran kepada Otoritas Jasa Keuangan (Pasal 73 UU Pasar Modal), serta hal selanjutnya akan didukung oleh *prospectus* (gambaran keadaan emiten) sebagai dokumen pokok, sehingga para pemodal disini bisa lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan berinvestasi³. Inilah proses yang terjadi di pasar perdana (negoisasi, dokumentasi *prospectus*, penunjukkan lembaga atau profesi penunjang pasar modal, registrasi untuk memperoleh izin dari Otoritas Jasa Keuangan), setelah itu barulah dicatatkan atau *listing* dan diperdagangkan di bursa efek Indonesia apabila harga sahamnya telah meningkat atau disebut pasar sekunder. Pengumuman dan pendistribusian *prospectus* kepada calon peminat dimaksudkan agar calon pembeli lebih berhati-hati dan mengetahui kehendak atau keadaan emiten dan mempelajari tawaran dari emiten berdasarkan *prospectus* yang disebarluaskan. Informasi yang harus ada dalam *prospectus* minimum adalah yakni tujuan penawaran

³ Ahmadi Meru dan Sutarman Yodo, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 39. dikutip dari Hondius, *Konsumentenrecht, Preadvis in Nederlanse Vereniging voor Rechtsverlijking*, Kluwer- Deventer, 1972, hlm. 14, 26, 131 dst. Dikutip dari; Marian Darus Badruzaman, *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku*, dimuat dalam Hasil Simposium Aspek-aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen yang diselenggarakan oleh BPHN, Bina Cipta, Jakarta, 1986, hlm. 61. Lihat juga C.Tantri D dan Sulastri, *Gerakan Organisasi Konsumen*, Seri Panduan Konsumen, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia-The Asia Foundation, Jakarta, 1995, hlm. 19-21.

umum, susunan direksi dan komisaris, masa penawaran, tanggal penjatahan, tanggal pengembalian, tanggal pencatatan di bursa, harga saham atau obligasi, penjamin emisi, laporan keuangan ringkas, bidang usaha emiten, Nomor dan tanggal emisi, Struktur permodalan emiten. Bagi pemegang saham yang tujuan utamanya adalah untuk berdagang, maka begitu berakhirnya pasar perdana dan dibukanya pasar sekunder, dapat menjual kembali sahamnya apabila harga meningkat.

III. KESIMPULAN

Syarat yang harus dipenuhi pada saat emiten ingin melakukan penjualan efek atau penawaran umum harus berdasarkan Pasal 6 UU Pasar Modal kemudian persyaratan dan tata cara perizinan lebih lanjut diatur dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 1995 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Di Bidang Pasar Modal Presiden Republik Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi Meru dan Sutarman Yodo, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta

Soerjono Soekamto dan Sri Mamidji, 2009, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Cetakan ke 11, Raja Grafindo Persada, Jakarta

Zaeni Asyhadie, S.H., M. Hum, 2009, *Hukum Bisnis (Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia)*, edisi revisi ke 4, Rajawali Pers, Jakarta

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 64)

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 1995 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Di Bidang Pasar Modal Presiden Republik Indonesia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 86)