

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Nama merupakan hal yang diperlukan di dalam kehidupan bukan hanya pada perorangan, nama juga berperan penting di dalam perusahaan. Nama perusahaan merupakan esensi dari perusahaan sebagai entitas, pergantian nama perusahaan selalu terjadi di setiap tahun baik itu di pasar modal Indonesia maupun pasar modal luar negeri. Pada pasar modal AS terdapat sepertiga perusahaan mengubah namanya sejak tahun 1925 Wu (2008) dalam Carson *et al.* (2016). Nama perusahaan menjadi salah satu identitas dalam perusahaan (*corporate identity*) untuk dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya.

Mencari nama yang tepat untuk sebuah perusahaan tidaklah mudah, ada hal yang harus dipikirkan sebelum mengganti nama sebuah perusahaan. Menurut Gottner dan Limbach (2011) ada perusahaan yang telah mengganti nama, dapat kembali ke nama semula dalam waktu singkat, salah satu contohnya adalah perusahaan yang ada di luar negeri yaitu perusahaan UAL Corp (*Operating United Airlines*) mengubah nama menjadi "Allegis" pada tahun 1987, dan di tahun 1988 nama perusahaan kembali pada nama semula yaitu UAL Corp. Pergantian ini terjadi karena sebuah kelompok yang dipimpin oleh karyawan *United Airlines* berpindah untuk memperoleh kepemilikan. Namun, kelompok itu tidak dapat memperoleh pembiayaan yang dibutuhkan dan manajemen Allegis dijual oleh anak non-maskapai tersebut. Pada tanggal 26 Mei 1988, Allegis berubah nama menjadi

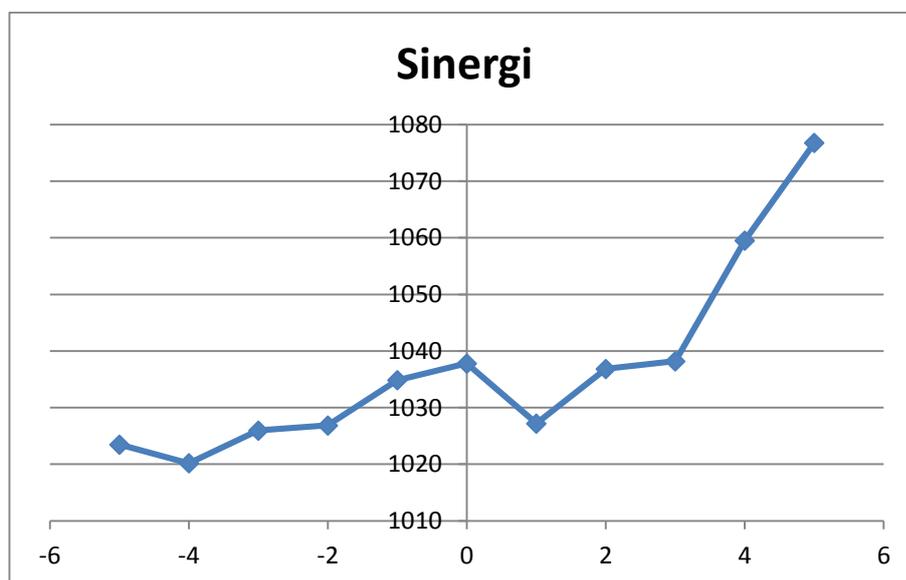
UAL Corporation dengan United Airlines, Inc sebagai anak perusahaan besar (dikutip dari britama.com diakses tanggal 20 november 2016). Pada tahun 2011 di Indonesia terjadi hal yang serupa pada perusahaan Indocitra Finance Tbk mengganti nama menjadi perusahaan Amstelco Indonesia Tbk karena izin dicabut sehingga perusahaan memutuskan mengganti nama, akan tetapi setelah satu tahun perusahaan tersebut delisting dari daftar perusahaan yang go publik (dikutip dari britma.com diakses tanggal 20 november 2016). Pada saat sebuah perusahaan memutuskan untuk mengganti namanya, secara umum diharapkan pergantian tersebut membawa banyak manfaat bagi para pemangku kepentingan perusahaan, karena banyak hal yang akan terkait dengan pergantian nama perusahaan. Dalam pergantian nama, ada hal yang menjadi pertimbangan saat mengganti nama yaitu salah satunya mengenai keputusan dilakukan pergantian nama yang didasarkan pada banyak pertimbangan, baik motif ekonomi maupun motif non-ekonomi. Motif ekonomi berkaitan dengan esensi tujuan perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan atau memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Di sisi lain, motif non ekonomi adalah motif yang bukan didasarkan pada esensi tujuan perusahaan tersebut, tetapi didasarkan pada keinginan subyektif atau ambisi pribadi pemilik atau manajemen perusahaan (Moin, 2003).

Fenomena yang terjadi mengenai pergantian nama pada perusahaan – perusahaan yang go publik di BEI ada sekitar 69 perusahaan dalam enam tahun belakangan ini, sehingga rata – rata ada 12 perusahaan setiap tahun mengganti nama. Perusahaan yang melakukan pergantian nama, tidak semua mengalami keberhasilan. Ada perusahaan yang mengalami kegagalan, salah satunya

perusahaan yang ada di Indonesia yaitu perusahaan Cipendawa Tbk pada tahun 2011 mengganti nama menjadi Indo Setu Bara Resources Tbk, dalam kurun waktu kurang lebih dua tahun harga saham perusahaan mengalami stagnan/tetap sebesar 145, sehingga perusahaan *delisting* dari daftar perusahaan yang *go public*. Dengan adanya hal ini, menunjukkan bahwa perusahaan yang mengganti namanya tidak semua mengalami keberhasilan. Perusahaan yang mengalami kegagalan mendapatkan resiko yang harus ditanggung, salah satunya kehilangan *goodwill* misalnya dalam bentuk pengakuan nama dan citra perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai strategi dalam melakukan pergantian nama perusahaan. Berbagai langkah strategis perlu dilakukan dengan tepat. Salah satu contoh perusahaan yang ada di Indonesia yang melakukan strategi dengan baik dalam melakukan pergantian nama perusahaannya yaitu perusahaan Holcim Ltd dengan perusahaan Lafarge SA melakukan merger/penggabungan usaha dengan tujuan transformasi strategis dengan membangun dan menjadikan yang terbaik dari Lafarge dan Holcim untuk mendorong bisnisnya demi menghasilkan keuntungan operasional sebesar 15% guna mengoptimalkan portofolio gabungan keduanya, Seperti dikutip dari *CNN Money*, Selasa 8 April 2014 gabungan dua perusahaan raksasa itu akan menempati tempat teratas di pasar semen global, pasir, dan batu-batu untuk fondasi bangunan. Total volume penjualan kedua perusahaan tersebut dapat mencapai level 32 miliar euro (dikutip dari liputan6.com pada tanggal 9 November 2016). Salah satu langkah strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan bisa bertahan atau bahkan berkembang adalah dengan melakukan merger dan akuisisi (Offenberg *et al.*

2014). Perusahaan berharap dengan adanya pergantian nama, membuat perusahaan yang kesulitan atau secara finansial mengalami tekanan, pergantian nama perusahaan yang didukung oleh usaha yang maksimal dapat mengurangi masalah tersebut. Maka dari fenomena tersebut dapat dikelompokkan alasan perusahaan mengganti nama berdasarkan alasan sinergi. Pada 69 perusahaan yang melakukan pergantian nama berdasarkan alasan sinergidengan rentang tahun 2010 - 2015

Grafik 1.1
Pergerakan Harga Saham di Seputar Pengumuman Pergantian Nama



Sumber : data yang diolah (2016)

Pada grafik 1.1 terlihat perubahan harga saham berdasarkan alasan sinergi. Perusahaan dengan alasan sinergi, harga saham sebelum melakukan pergantian nama mengalami penurunan, tetapi setelah dilakukannya pengumuman

pergantian nama perusahaan, harga saham pun secara garis besar mengalami kenaikan yang cukup drastis. Menurut Moin (2003: 55) sinergi dihasilkan melalui kombinasi aktivitas secara simultan dari dua kekuatan atau lebih elemen – elemen perusahaan yang bergabung, dan juga mempunyai arah dan pengukuran yang jelas untuk mencapai suatu tujuan perusahaan dimana manfaat ekstra atau sinergi ini tidak bisa diperoleh seandainya perusahaan tersebut bekerja secara terpisah.

Jika informasi tersebut dianggap sebagai *good news* oleh investor, maka *abnormal return* yang dihasilkan positif, dan dianggap kabar buruk (*bad news*) ketika *abnormal return* negatif. Pergantian nama perusahaan juga mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusan. Investor dalam membeli saham suatu perusahaan membutuhkan berbagai pertimbangan berupa informasi yang berkaitan dengan perusahaan itu sendiri (Apriolita dkk. 2011). Dengan informasi tersebut investor tidak dirugikan saat menjual atau membeli saham perusahaan tersebut. Dalam pasar modal yang efisien, harga saham mencerminkan semua informasi yang baru (Sunariyah, 2004).

Pergantian nama perusahaan dapat memicu reaksi investor. Jika kondisi perusahaan membaik, maka akan memungkinkan harga saham juga akan naik dan sebaliknya, harga saham selalu berfluktuasi dari waktu ke waktu tergantung pada kekuatan penawaran dan permintaan yang terjadi. Salah satu faktor yang berpotensi dijadikan sebagai indikator atas perubahan harga saham adalah pergantian nama perusahaan. Ada beberapa penelitian terdahulu yang meneliti pergantian nama perusahaan terhadap harga saham di pasar modal Luar Negeri. Sekitar tahun 1980an dan 1990an, Bosch dan Hirschey (1989) meneliti efek

pergantian nama perusahaan dengan mengkaji 79 perusahaan untuk periode 1979-1986. Peneliti menemukan bahwa reaksi pasar terhadap pergantian nama perusahaan adalah positif. Penelitian ini atas pengumuman pergantian nama perusahaan berdasarkan kinerja perusahaan. Pada tahun 2000an, beberapa peneliti melakukan penelitian terhadap pengumuman pergantian nama perusahaan. Chan dan Foff (2004) menemukan hubungan negatif antara perubahan nama perusahaan dan harga saham. Wu (2008) meneliti pergantian nama dengan mengelompokkan perusahaan besar dan perusahaan yang kecil pada 5685 perusahaan. Wu menemukan reaksi positif terhadap *abnormal return cumulatif*. Penelitian terdahulu banyak dilakukan di pasar modal luar negeri, sedangkan penelitian di Indonesia terdapat satu penelitian yaitu Apriolita.dkk. (2011) meneliti Perubahan Nama Perusahaan dan Harga Saham di Bursa Efek Indonesia. Peneliti mengatakan bahwa tidak ada perubahan sebelum maupun sesudah melakukan pergantian nama perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan fenomena yang terjadi, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini. Penelitian yang akan diteliti merupakan penelitian berbasis *event study* dari periode 2010 – 2015 terdapat 69 perusahaan yang pada tahun itu mengganti nama di Bursa Efek Indonesia yang aktif diperdagangkan. Penelitian ini juga sebelumnya jarang diteliti di Indonesia, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti topik ini dalam penelitian. Ada beberapa hal yang menarik sehingga dilakukan penelitian ini yaitu, pertama, perbedaan argumentasi mengenai pergantian nama perusahaan terhadap harga saham yang dihasilkan dari penelitian terdahulu. Kedua, penelitian ini banyak dilakukan di

negara maju dan hanya ada satu penelitian yang ada di Indonesia. Berdasarkan uraian sebelumnya maka peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian terkait dengan pergantian nama perusahaan dengan judul penelitian **Reaksi Pasar Atas Pengumuman Pergantian Nama Perusahaan**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah disebutkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang peneliti ajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana reaksi pasar atas pengumuman pergantian nama perusahaan ?

C. Tujuan Penelitian

Peneliti memiliki tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui reaksi pasar atas pengumuman pergantian nama perusahaan

D. Manfaat Penelitian

Selain tujuan, dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan beberapa sumbangsih ataupun kontribusi bagi setiap pemakai hasil penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Investor, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadikan sebuah pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menginvestasikan saham di dalam perusahaan yang telah mengganti nama. Diharapkan

penelitian ini bisa memberikan gambaran bagaimana sebuah peristiwa dapat mempengaruhi pasar dan mempengaruhi keputusan investasi

2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam pengembangan penelitian terkait reaksi pasar atas pengumuman pergantian nama perusahaan.

E. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini peneliti memiliki rencana penelitian seperti berikut ini:

1. BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti akan memaparkan mengenai fenomena dan motivasi yang melatar belakangi penelitian ini, mengungkapkan rumusan masalah yang akan diuji, menjelaskan tujuan dari penelitian dan manfaat dari hasil penelitian terhadap pihak-pihak yang terkait serta memaparkan sistematika penulisan.

2. BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi konsep-konsep yang berhubungan dan relevan dengan penelitian ini terkait dengan reaksi pasar atas pergantian nama perusahaan yaitu efisiensi pasar, *abnormal return*, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, serta pengungkapan hipotesis.

3. BAB II: METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi penjelasan secara terperinci mengenai jenis penelitian, populasi & sampel penelitian, jenis & sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, teknik analisis data, dan operasional variabel penelitian.

4. BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, berisi analisis data yang merupakan pencapaian tujuan dari penelitian ini, hasil analisis dan pembahasan yang diperoleh untuk

memecahkan permasalahan yang dihadapi dengan menggunakan statistik deskriptif, dan pengujian hipotesis.

5. BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan yang telah dilakukan serta saran yang dapat peneliti berikan untuk penelitian di masa yang akan datang.