BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pergerakan aktivitas pasar modal yang cepat menuntut adanya informasi yang dapat diandalkan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam pasar modal salah satunya adalah investor. Adapun berkaitan dengan pertimbangan penyaluran dana (investasi) di pasar modal, perasaan aman merupakan syarat penting. Oleh sebab itu informasi yang jelas, wajar, dan tepat waktu sangat dibutuhkan keberadaannya. Informasi yang disampaikan ke pasar modal berpotensi menimbulkan reaksi pasar. Pergerakan aktivitas pasar modal yang cepat (kemudahan transaksi jual dan beli) menyebabkan pasar modal sangat sensitif terhadap berbagai peristiwa yang terjadi disekitarnya baik yang berkaitan langsung maupun tidak langsung. Lebih lanjut, adanya penyerapan informasi yang baik atas informasi yang dipublikasikan di pasar modal dapat mendorong terjadinya peningkatan kegiatan di bursa saham. Penyerapan informasi yang baik, seperti pengumuman non- keuangan diharapkan mendorong pergerakan sekuritas ke arah positif. Adapun macam-macam kandungan informasi yang telah diteliti sebagaimana yang dirangkum dalam penelitian Neuhriel *et al.* (2010) menutup 10 kategori utama pengujian informasi yaitu : aksi analis, penghargaan, kegiatan korporasi, pelanggan dan kerjasama,

keuangan, hukum, merger & akuisisi, manajemen, rapat & acara, serta produk & servis. Penghargaan menjadi salah satu kategori informasi yang cepat diserap oleh pasar meskipun jumlah kasus (observasinya) relatif lebih sedikit dibandingkan informasi lainnya (khususnya keuangan). Hal ini menunjukkan bahwa kandungan informasi yang baik seperti pengumuman *award* terkadang menjadi salah satu pertimbangan penting para investor dalam melakukan investasi.

Penelitian mengenai pengaruh pengumuman pemenang (award) terhadap reaksi pasar masih relatif sedikit dilakukan di Indonesia seperti penelitian Christianty (2010) mengenai reaksi pasar atas pengumuman *Annual Report Award* (ARA), Christine (2009) yang meneliti pengaruh informasi pemenang *Golden Ring Award* (GRA) atas *return* saham perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI dan penelitian Bennardi (2011) yang menguji pengaruh pengumuman *Indonesia Sustainability Reporting Award* (ISRA) terhadap *return* dan *trading volume activity* saham perusahaan pemenang ISRA. Berdasarkan penelitian Neuhriel *et al.* (2010) yang menguji semua informasi yang sering diteliti, jumlah kasus pengaruh pengumuman pemenang (*award*) juga masih relatif sedikit dilakukan dibandingkan dengan jenis pengumuman lainnya (khususnya keuangan yang dapat dilihat dari persentase 5% dari 10 kategori utama penelitian kandungan informasi). Beberapa penelitian luar yang menguji mengenai pengaruh pengumuman *award* terhadap pasar diantaranya : Lyon *et al.* (2013) meneliti mengenai reaksi pasar atas pengumuman

Green Company Award; Bu *et al.* (2012) meneliti tentang reaksi pasar atas *Chinese Quality Award*; Masli *et al.* (2010) meneliti tentang pengaruh pengumuman pemenang *Technology Performance Award* terhadap kinerja keuangan perusahaan pemenang; serta Lin & Su (2011) yang meneliti tentang reaksi pasar atas pengumuman *Taiwan Quality Award*.

Pengumuman informasi yang diungkapkan oleh pihak (lembaga) independen diharapkan memiliki kandungan informasi yang lebih objektif dibandingkan pengumuman informasi yang diungkapkan oleh perusahaan sendiri (pribadi). Hal ini dikarenakan pengumuman yang diungkapkan oleh perusahaan seperti pengumuman kinerja dan pembagian dividen dapat beresiko dimanipulasi perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Pengumuman pemenang yang diungkapkan oleh pihak eksternal (dari luar perusahaan) seperti pemberian penghargaan oleh majalah atau instansi tertentu (Forbes Indonesia, Kompas, BEI dsb.) dapat memberikan nilai positif pada perusahaan di samping informasi internal yang dikeluarkan perusahaan sendiri. Banyak pengaruh pengumuman *award* telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, akan tetapi pengumuman *Best of the Best Award* yang dilakukan oleh majalah Forbes Indonesia masih tergolong baru dan menarik untuk diteliti. Pengumuman *Best of the Best Award* dipilih karena majalah Forbes Indonesia merupakan salah satu majalah bisnis terkemuka (Majalah Forbes dikenal dan dicetak di banyak negara Amerika Serikat, Eropa dan Asia) dengan kualitas tinggi (berita yang diterbitkan ditulis oleh penulis dan editor yang berpengalaman) yang memilih kandidat peraih

Best of the Best Award berdasarkan tim analisis yang berpengalaman di Indonesia, sehingga pengumuman *Best of the Best Award* dapat menjadi pertimbangan informasi yang tepat dan akurat dalam menilai kinerja perusahaan. Menurut Justin Doebele (*Chief Editorial Advisor* Forbes Indonesia), pemilihan peraih *Best of the Best Award* mengacu pada skor gabungan dari berbagai pencapaian seperti : (1)*return on equity* selama lima tahun terakhir, (2) pertumbuhan pendapatan selama tiga tahun terakhir dan (3) pertumbuhan laba per saham selama tiga tahun terakhir. Selain itu, penilaian juga meliputi harga saham dan nilai tukar pada posisi 15 Mei 2013 dan hasil laporan keuangan tahunan tahun 2012. Dengan adanya pemberian penghargaan seperti ini, dapat menjadi pertimbangan bagi para investor dalam melakukan transaksi di pasar modal karena diduga (diperkirakan akan) terjadi pergerakan harga saham yang aktif di sekitar tanggal pengumuman pemenang. Perkiraan pergerakan harga saham tidak lepas dari persepsi para investor bahwa perusahaan pemenang (*award*) memiliki manajemen kualitas/kinerja yang baik dan perusahaan akan semakin termotivasi untuk menjaga standar pengelolaan perusahaan untuk tetap mempertahankan *award*..

Penelitian mengenai pengaruh reaksi peristiwa pengumuman di Indonesia yang dilakukan Christine (2009) menyimpulkan bahwa ada reaksi pasar atas informasi pengumuman *Golden Ring Award* (GRA) yang ditunjukkan dengan pengaruh signifikan pengumuman terhadap *return* saham perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI. Penelitian lain

dilakukan oleh Christianty (2010) mengenai reaksi pasar atas pengumuman *Annual Report Award* (ARA) menyimpulkan bahwa terdapat reaksi pasar atas pengumuman ARA yang ditunjukkan dengan perbedaan signifikan *abnormal return* dan *trading volume activity*. Bennardi (2011) yang menguji pengaruh pengumuman *Indonesia Sustainability Reporting Awards* (ISRA) terhadap *return* dan *trading volume activity* perusahaan menunjukkan pengumuman pemenang tidak berpengaruh signifikan terhadap *trading volume activity* perusahaan pemenang ISRA. Penelitian Bennardi (2011) tidak mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Christianty (2010) dan Christine (2009) dimana penelitian mereka menyimpulkan bahwa pengumuman non-keuangan seperti pengumuman pemenang *award* mempunyai kandungan informasi sehingga akan direaksi oleh pasar.

Penelitian luar terkait dengan pengujian pengaruh pengumuman terhadap reaksi pasar juga dilakukan. Lyon *et al.* (2012) yang meneliti mengenai reaksi pasar atas pengumuman *Green Company Award* menyimpulkan bahwa pengumuman pemenang tidak berpengaruh signifikan terhadap *abnormal return* perusahaan pemenang *Green Company Award.* Bu *et al.* (2012) meneliti tentang reaksi pasar atas pengumuman *Chinese Quality Award* menyimpulkan bahwa pengumuman pemenang berpengaruh signifikan terhadap *abnormal return* perusahaan pemenang *Chinese Quality Award*. Masli *et al.* (2010) meneliti tentang pengaruh pengumuman pemenang *Technology Performance Award*

terhadap kinerja keuangan perusahaan pemenang menyimpulkan bahwa informasi pengumuman *Technology Performance Award* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan pemenang. Adapun juga Lin & Su (2011) yang meneliti tentang reaksi pasar atas pengumuman *Taiwan National Quality Award* menyimpulkan bahwa pengumuman *Taiwan National Quality Award* berpengaruh signifikan terhadap *abnormal return* perusahaan pemenang. Penelitian Lyon *et al.* (2012) juga tidak mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh : Bu *et al.* (2012); Masli *et al.* (2010) ; serta Lin & Su (2011); dimana penelitian mereka menyimpulkan bahwa pengumuman non-keuangan seperti pengumuman pemenang *award* mempunyai kandungan informasi sehingga akan direaksi oleh pasar.

Berdasarkan latar belakang dan masih beragamnya hasil dari penelitian terdahulu, maka penelitian ini ditujukan (dimaksudkan) untuk menguji secara empiris "**Reaksi Pasar Atas Pengumuman Pemenang *Best of the Best Award"***

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang dan hasil penelitian terdahulu maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah : “ Apakah terdapat reaksi pasar atas pengumuman *Best of the Best Award*.”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris terkait reaksi pasar atas pengumuman *Best of the Best Award*.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa manfaat bagi beberapa pihak, seperti :

1. Bagi investor

   Memberikan sumber informasi bagi para investor dalam mempertimbangkan pengaruh kandungan informasi dari pengumuman (*award*) terhadap ekspetasi pasar. Adapun informasi ini diperlukan bagi pengambilan keputusan investor sebelum melakukan kegiatan investasi di pasar modal.

2. Bagi perusahaan (emiten)

Memberi pertimbangan bagi perusahaan lain yang belum mengikuti *Best of the Best Award* untuk meningkatkan kinerjanya sesuai dengan perusahaan penerima penghargaan yang menjadi tolak ukur perusahaan yang baik di pasar modal Indonesia.

3. Bagi peneliti selanjutnya

   Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian sejenis terkait dengan pengujian reaksi pasar atas pengumuman *award*.

E. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini akan dibahas penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini akan dimuat tinjauan pustaka yang menguraikan teori – teori dan konsep dari reaksi pasar yang berhubungan dengan masalah. Adapun bab ini membahas beberapa hal mencakup : *Best of the Best Award*, pasar modal, efisiensi pasar, informasi di pasar modal, reaksi pasar, penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini akan dibahas mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, langkah – langkah pengukuran data, serta teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB IV Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini dibahas mengenai hasil pengumpulan data serta menganalisis *abnormal return* saham perusahaan di sekitar periode jendela (sebelum, saat dan sesudah pengumuman *Best of the Best Award*). Hasil analisis ini

digunakan untuk membuktikan secara empiris terkait dengan ada tidaknya reaksi pasar atas pengumuman *Best of the Best Award.*

BAB V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan disimpulkan seluruh hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan dari bab – bab sebelumnya. Berdasarkan kesimpulan yang didapat maka akan dikemukakan saran – saran yang berguna bagi akademisi dan peneliti selanjutnya yang berminat melakukan penelitian dengan topik yang sama, yaitu terkait pengujian reaksi pasar atas pengumuman penghargaan (*award*)