

Prospektus sebagai salah satu sarana komunikasi di pasar modal : studi tentang efektivitas prospektus PT. Bumi Modern dan PT. BNI 46

Tumanggor, Manumpan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=79005&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pasar Modal di Indonesia enam tahun terakhir ini, telah mengalami perkembangan begitu menarik yang sebenarnya sudah ada sejak zaman Belanda yaitu pada tahun 1912. Namun telah beberapa kali ditutup, dan terakhir dibuka kembali pada tahun 1977 yang pengelolaan dan pengawasannya dilakukan oleh Pemerintah pada saat itu dan baru sejak tahun 1992 pengelolaan Bursa Efek Jakarta diserahkan sepenuhnya kepada swasta.

Tujuan Pemerintah untuk mengembangkan Pasar Modal di Indonesia adalah untuk menunjang pertumbuhan dan pengembangan perekonomian Indonesia dimasa yang akan datang. Disamping itu juga, oleh karena gerak pembangunan yang semakin meningkat sudah barang tentu akan memerlukan sumber pembiayaan pembangunan yang semakin besar pula.

Sebagaimana diketahui bahwa dana yang disediakan oleh Pemerintah antara lain melalui perpajakan dan bantuan keluar negeri sangat terbatas, sehingga pengembangan sumber lain yaitu mobilisasi dana masyarakat.

Atas dasar itu, usaha Pemerintah antara lain melalui kebijaksanaan deregulasi dibidang keuangan termasuk perbankan & Pasar Modal dan yang terakhir dengan diundangkannya Undang-undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Apabila dibandingkan antara perusahaan yang telah go public sebanyak 316 perusahaan dengan perusahaan yang potensial go public sebesar 7.455 perusahaan relatif masih tergolong sedikit, yang pada dasarnya potensi perusahaan untuk go public sangat besar, atas dasar itu nampaknya perlu penanganan Pasar Modal yang lebih serius dan informasi yang transparan, benar dan akurat.

Adapun manfaat dari Prospektus ini adalah menjadi salah satu media informasi, media komunikasi, bahkan juga media promosi, hal ini disebutkan dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1995, bahwa Prospektus adalah setiap informasi tertulis sehubungan dengan tujuan agar pihak lain membeli afek.

Jadi dengan demikian Prospektus tersebut merupakan kepanjangan tangan oleh pemilik perusahaan agar efeknya (saham) dibeli oleh masyarakat yang ingin berinvestasi melalui Pasar Modal. Oleh karena Prospektus itu merupakan sarana informasi, sarana komunikasi bahkan sarana promosi, seyogyanya pendistribusiannya yang tepat waktu, keterbukaan, isi pesan dengan bahasa yang sederhana , agar pesan tersebut sampai kepada target sasaran yaitu Brokers Dealer.