



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Setiap perusahaan didirikan dengan harapan bahwa perusahaan tersebut dapat mempertahankan kelangsungan usahanya dan berkembang dalam jangka waktu yang panjang. Seiring berjalannya waktu dengan perkembangan ekonomi yang pesat, perusahaan perlu menerapkan strategi-strategi untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Salah satu kendala yang kerap kali dihadapi perusahaan adalah kebutuhan pendanaan. Kebutuhan penambahan modal akan semakin besar seiring dengan perkembangan perusahaan. Hal ini akan mendorong perusahaan untuk memilih alternatif sumber pendanaan.

Perusahaan memiliki berbagai alternatif sumber pendanaan, baik yang berasal dari dalam perusahaan, yaitu modal pemilik perusahaan dan laba ditahan, maupun dari luar perusahaan, yaitu berasal dari kreditur berupa hutang dengan penerbitan surat-surat hutang. Alternatif lain yang lebih potensial dan dapat digunakan perusahaan dalam mengelola dan mengumpulkan sumber pendanaan baru adalah menawarkan kepemilikan perusahaan bagi masyarakat luas dalam bentuk saham. Pendanaan melalui penyertaan dalam bentuk saham dilakukan dengan menjual sebagian sahamnya kepada masyarakat dan mencatatkan sahamnya di Pasar modal (Bursa Efek Indonesia). Perusahaan yang ingin memperoleh dana melalui pasar modal dengan menerbitkan saham atau obligasi dan menjual ke masyarakat disebut Emiten (Tavinayanti dan Qamariyanti, 2009).

Proses penawaran sebagian saham perusahaan kepada masyarakat melalui pasar modal disebut *go public*. Perusahaan *go public* mengubah status perusahaan dari perusahaan tertutup menjadi perusahaan terbuka melalui penawaran saham kepada masyarakat. Emiten akan memperoleh dana tidak hanya dari pemilik lama perusahaan namun juga dari masyarakat sebagai pemodal (investor).

Dalam proses menjadi perusahaan *go public*, transaksi penawaran umum penjualan saham perdana atau disebut *Initial Public Offering (IPO)* untuk pertama kalinya terjadi di pasar perdana, kemudian saham diperjualbelikan di bursa efek yang disebut sebagai pasar sekunder (Lutfianto, 2013). Ketika *IPO* dilakukan, emiten harus membuat prospektus yang merupakan ketentuan yang ditetapkan oleh BAPEPAM. Menurut Panduan Go Public (<http://www.idx.co.id/portals/0/information/forcompany/go-public-ew2.pdf>. Diunduh 28 Februari 2013), prospektus adalah setiap informasi tertulis sehubungan dengan penawaran umum dengan tujuan bahwa pihak lain membeli efek. Informasi yang terdapat pada prospektus dapat dibagi menjadi dua, yaitu informasi akuntansi dan informasi non akuntansi. Informasi akuntansi adalah laporan keuangan yang terdiri dari laporan posisi keuangan, laporan laba/rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Informasi non akuntansi adalah informasi selain laporan keuangan meliputi ringkasan penawaran umum, rencana penggunaan dana hasil penawaran umum, analisis dan pembahasan manajemen, kegiatan dan prospek usaha perseroan, *underwriter* (penjamin emisi efek), laporan auditor independen, lembaga dan profesi penunjang di pasar modal, dan informasi

lainnya. Investor menggunakan informasi keuangan dan non keuangan yang ada dalam prospektus ketika mereka membuat keputusan investasi di pasar modal.

Pada saat emiten melakukan *IPO*, investor belum dapat mengetahui banyak informasi mengenai emiten tersebut. Investor hanya memperoleh informasi dari prospektus yang diterbitkan emiten sebelum melakukan penawaran perdana. Dari informasi akuntansi dan non akuntansi dalam prospektus inilah, investor dapat menganalisis atau melakukan penilaian terhadap emiten tersebut. Hasil analisis atau penilaian prospektus dapat digunakan investor untuk membuat berbagai keputusan untuk melakukan investasi atas sebuah perusahaan. Kebanyakan dari emiten yang akan *go public* mempunyai sedikit atau malahan tidak ada pengetahuan terhadap penetapan harga saham perdana, sehingga emiten dibantu *underwriter* (penjamin emisi efek) melakukan kesepakatan untuk menjamin penjualan saham perdana yang diterbitkan emiten serta turut menentukan harga saham yang akan dijual di pasar perdana dengan mengadakan penilaian menyeluruh atas kemampuan dan prospek emiten. Meskipun emiten dan *underwriter* melakukan kesepakatan secara bersama-sama dalam menetapkan harga saham perdana, namun masing-masing pihak sebenarnya mempunyai kepentingan yang berbeda. Emiten sebagai pihak yang membutuhkan dana menginginkan harga perdana yang tinggi dengan tujuan memaksimalkan penerimaan dana dari investor. *Underwriter* sebagai penjamin emisi berusaha untuk meminimalkan resiko tidak terjualnya saham yang diterbitkan dengan menetapkan harga perdana yang rendah agar banyak investor yang tertarik membeli saham perdana emiten tersebut (Mukhlis, 2012).

Penetapan harga saham perdana pada saat *IPO* sangat sulit karena tidak ada harga pasar sebelumnya yang dapat diobservasi untuk dipakai sebagai penetapan penawaran. Apabila penetapan harga saham saat *IPO* secara signifikan lebih rendah dibandingkan dengan harga yang terjadi di pasar sekunder pada hari pertama, maka terjadi apa yang disebut dengan *underpricing* (Yasa, 2008). Fenomena *underpricing* tidaklah menguntungkan bagi pihak penerbit saham atau emiten karena dana yang diperoleh dari hasil penawaran saham tidak maksimal sehingga perusahaan tidak mendapat dana yang lebih besar dari yang seharusnya perusahaan dapatkan. Akan tetapi, bagi emiten, *underpricing* dapat dijadikan strategi pemasaran untuk meningkatkan minat investor berinvestasi pada saham *IPO* yang memberikan *initial return* yang tinggi (Yustisia dan Roza, 2012). *Initial return* adalah keuntungan yang diperoleh pemegang saham dengan memanfaatkan selisih harga saham yang dibeli di pasar perdana dengan harga jual di pasar sekunder. Selain itu, fenomena *underpricing* menguntungkan dua pihak, yaitu pihak *underwriter* karena berhasil meminimalkan resiko yang ditanggungnya dan pihak investor sebab investor mendapatkan *initial return*. *Underpricing* mendorong keputusan investor untuk membeli saham perusahaan pada saat penawaran umum saham di pasar perdana.

Berikut ini adalah daftar jumlah perusahaan *go public* yang melakukan *initial public offering (IPO)* pada tahun penelitian, yakni tahun 2009-2012 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta data perusahaan yang mengalami *underpricing* saham:

Tabel 1.1
Jumlah Perusahaan *Go Public* yang melakukan *IPO* di BEI
Periode 2009-2012

Tahun	Emiten	<i>Underpricing</i>	
		Jumlah	Persen
2009	13	8	61.54%
2010	23	22	95.65%
2011	25	16	64.00%
2012	22	19	86.36%
Total	83	65	78.31%

Sumber: data yang diolah.

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa selama tahun 2009-2012 terdapat 83 perusahaan *go public* yang melakukan *IPO* di Bursa Efek Indonesia. Setelah dilakukan pengamatan, terdapat 65 perusahaan atau 78,31% diantaranya mengalami *underpricing* saham. Dari data ini dapat disimpulkan bahwa, *underpricing* masih sering terjadi pada perusahaan-perusahaan yang melakukan *IPO* di Bursa Efek Indonesia. Banyaknya fenomena *underpricing* yang terjadi menunjukkan bahwa harga saham pada saat penawaran perdana secara merata dapat dikatakan murah (Jogiyanto, 2007 dalam Kristiantari, 2013).

Penetapan harga saham perdana yang ideal dapat diciptakan dengan menganalisis beberapa faktor yang mempengaruhi *underpricing* saham pada saat perusahaan melakukan *IPO*. Salah satu faktor yang layak diteliti adalah reputasi *underwriter*. *Underwriter* berperan penting dalam proses *go public* untuk menyusun prospektus perusahaan dan membantu dalam menilai harga saham yang sesuai di pasar perdana. Oleh karena itu, *underwriter* sebagai pihak luar yang menjembatani kepentingan perusahaan yang melakukan *IPO* dan investor diduga

berpengaruh terhadap tinggi rendahnya tingkat *underpricing*. Perusahaan menganggap bahwa melakukan perjanjian dengan *underwriter* bereputasi tinggi juga akan berani memberikan penetapan harga saham perdana yang tinggi sebagai bentuk dari konsekuensi atas kualitas jasa yang diberikan sehingga tingkat *underpriced* dapat diminimalisasi. Penelitian yang dilakukan Putra dan Budiarti (2012) memberikan tambahan bukti empiris bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing*. Para investor di pasar perdana mempertimbangkan informasi *underwriter* dalam mengambil keputusan investasi. Apabila reputasi *underwriter* yang digunakan perusahaan saat *IPO* adalah tergolong profesional maka *initial return* yang akan diperoleh investor tinggi. Oleh karena itu, hendaknya perusahaan mempertimbangkan nama *underwriter* yang akan menjaminkannya. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yustisia dan Roza (2012), Arman (2012), Safitri (2013), dan Kristiantari (2013). Akan tetapi, hasil penelitian tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan Saputra dan Wardoyo (2008), Martani, dkk (2012), Prastica (2012), dan Aini (2013) menunjukkan reputasi *underwriter* tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing* saham. Hal ini disebabkan karena penggunaan *underwriter* yang bereputasi baik oleh emiten tidak memberikan sinyal bagi investor untuk memperkirakan nilai yang pantas (sesungguhnya) bagi perusahaan *IPO*.

Faktor ke-dua yang layak diteliti adalah reputasi auditor. Laporan keuangan merupakan salah satu sumber informasi yang digunakan oleh investor potensial dan *underwriter* untuk menilai perusahaan yang akan *go public*.

Keputusan Menteri Keuangan RI No. 859/KMK.01/1987 menyatakan bahwa laporan keuangan harus diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) sebagai syarat bagi perusahaan yang melakukan proses *go public*. Laporan keuangan yang diaudit oleh auditor dari KAP yang memiliki reputasi tinggi akan bermanfaat bagi investor dan emiten dalam mengambil keputusan bisnis, karena kemampuan dan kualitas pengauditan yang terpercaya. Semakin tinggi reputasi auditor yang digunakan oleh emiten, akan menghasilkan tingkat *underpricing* yang rendah. Penelitian Safitri (2013) dan Aini (2013) mengungkapkan bahwa reputasi auditor berpengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *IPO*. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan serta Saputra dan Wardoyo (2008), Yustisia dan Roza (2012), Prastica (2012) serta Astuti (2013) bahwa reputasi auditor tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap tingkat *underpricing*.

Faktor ke-tiga adalah umur perusahaan. Umur perusahaan menunjukkan sejauh mana emiten mampu bertahan dan menjadi bukti perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian. Semakin lama umur perusahaan berdiri, masyarakat luas akan lebih mengenalnya dan investor secara khusus akan lebih percaya terhadap perusahaan yang sudah terkenal dan lama berdiri dibandingkan dengan perusahaan yang masih baru (Kristiantari, 2013). Dengan demikian, hal tersebut akan mengurangi adanya asimetri informasi dan memperkecil ketidakpastian di masa datang sehingga akan menurunkan tingkat *underpricing* saham. Arman (2012) dalam penelitiannya menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap

underpricing saham. Hasil tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra dan Wardoyo (2008), Putra dan Budiarti (2012), Kristiantari (2013), Safitri (2013), dan Retnowati (2013) yang menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh secara negatif terhadap *underpricing* saham.

Faktor ke-empat adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menjadi penting ketika perusahaan melakukan *go public*. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat menjadi gambaran prospek perusahaan ke depan. Ukuran perusahaan yang dilihat dari total *asset* perusahaan mampu memberikan sinyal bahwa perusahaan memiliki asset yang besar akan memiliki prospek yang baik (Ismayanti dan Armansyah, 2010). Kebanyakan para investor lebih memilih untuk menginvestasikan modalnya di perusahaan yang memiliki skala ekonomi yang lebih tinggi dilihat dari total *asset* yang dimiliki. Dengan demikian, perusahaan yang berskala besar akan memiliki tingkat *underpricing* yang lebih rendah dibandingkan perusahaan dengan skala kecil. Arman (2012), Retnowati (2013) dan Kristiantari (2013) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing*, yang berarti bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka tingkat *underpricing* akan semakin rendah. Namun penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Budiarti (2012) memberikan bukti empiris yang berbeda bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham.

Faktor ke-lima adalah rasio profitabilitas perusahaan diproksikan dengan *return on asset (ROA)*, memberikan informasi mengenai efektifitas suatu perusahaan dalam memperoleh laba (keuntungan) dalam periode tertentu melalui

aktivanya. Hubungan dengan penawaran saham perdana yang dilakukan perusahaan adalah semakin tinggi nilai *ROA* yang menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba di masa yang akan datang yang merupakan informasi penting bagi investor sebagai pertimbangan dalam menanamkan modalnya maka akan mengurangi ketidakpastian *IPO* sehingga akan mengurangi tingkat *underpricing*. Putra dan Budiarti (2012) mengemukakan *ROA* berpengaruh secara negatif terhadap *underpricing*, karena dengan adanya *ROA* yang meningkat, maka penjamin emisi akan memberikan harga yang tinggi terhadap saham tersebut, sehingga *underpricing* bisa lebih kecil. Hasil tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Saputra dan Wardoyo (2008), Arman (2012), Yustisia dan Roza (2012). Penelitian lain yang dilakukan Mukhlis (2012), Kristiantari (2013), Retnowati (2013), dan Astuti (2013) memberikan hasil yang berbeda bahwa variabel *ROA* (profitabilitas perusahaan) tidak terdapat pengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *initial public offering*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Budiarti (2012) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* pada penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2010, yaitu reputasi *underwriter*, umur perusahaan, ukuran perusahaan dan *return on asset (ROA)*. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang direplikasi adalah:

1. Penambahan variabel independen

Dalam penelitian ini dilakukan penambahan variabel independen, yaitu reputasi auditor yang diambil dari penelitian Safitri (2013). Alasan peneliti menambah variabel reputasi auditor karena reputasi auditor sangatlah berpengaruh pada kredibilitas laporan keuangan ketika perusahaan melakukan *IPO*. Informasi yang ada dalam prospektus tingkat kepercayaannya tergantung dari pihak auditor yang melakukan audit. Kaitannya dengan penawaran perdana yang dilakukan perusahaan, perusahaan *go public* yang menggunakan auditor bereputasi baik berperan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat akan keakuratan informasi dalam prospektus yang digunakan investor untuk pengambilan keputusan investasi.

2. Perubahan periode penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan perubahan periode penelitian yang diuji, yaitu pada perusahaan yang *go public* pada tahun 2009-2012, berbeda dengan penelitian yang direplikasi menggunakan periode penelitian tahun 2007-2010.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini diberi judul:

“PENGARUH REPUTASI *UNDERWRITER*, REPUTASI AUDITOR, UMUR PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN, DAN *RETURN ON ASSET (ROA)* TERHADAP *UNDERPRICING* SAHAM PERUSAHAAN *GO PUBLIC* DI BURSA EFEK INDONESIA”

1.2. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan agar permasalahan yang diteliti tidak meluas dari sasaran serta tema pokok permasalahan, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah penelitian ini dilakukan terhadap perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan melakukan penawaran umum saham perdana selama tahun 2009-2012 yang harga penawaran saham perdananya mengalami *underpricing*.

Variabel dependen yang diteliti, yaitu *underpricing* saham. Variabel independen yang mempengaruhi *underpricing* saham serta diteliti dalam penelitian ini, yaitu reputasi *underwriter*, reputasi auditor, umur perusahaan, ukuran perusahaan dan *return on assets (ROA)*.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti adalah:

1. Apakah reputasi *underwriter* berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada *initial public offering (IPO)*?
2. Apakah reputasi auditor berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada *initial public offering (IPO)*?
3. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada *initial public offering (IPO)*?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada *initial public offering (IPO)*?

5. Apakah *return on assets (ROA)* berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada *initial public offering (IPO)*?
6. Apakah reputasi *underwriter*, reputasi auditor, umur perusahaan, ukuran perusahaan dan *return on assets (ROA)* berpengaruh secara simultan terhadap *underpricing* saham pada *initial public offering (IPO)*?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, penelitian ini bertujuan:

1. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh reputasi *underwriter* terhadap *underpricing* saham pada *initial public offering (IPO)*.
2. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh reputasi auditor terhadap *underpricing* saham pada *initial public offering (IPO)*.
3. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh umur perusahaan terhadap *underpricing* saham pada *initial public offering (IPO)*.
4. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap *underpricing* saham pada *initial public offering (IPO)*.
5. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *return on assets (ROA)* terhadap *underpricing* saham pada *initial public offering (IPO)*.
6. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh reputasi *underwriter*, reputasi auditor, umur perusahaan, ukuran perusahaan dan *return on assets (ROA)* secara simultan terhadap *underpricing* saham pada *initial public offering (IPO)*.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada:

1. Praktisi

Emiten

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan guna membantu emiten dalam meningkatkan kinerja perusahaannya, khususnya yang berkaitan dengan masalah keterbukaan informasi bila akan melakukan *initial public offering (IPO)* untuk memperoleh harga saham di pasar perdana yang ideal.

Underwriter

Penelitian ini diharapkan dapat membantu *underwriter* untuk membuat kesepakatan harga saham perdana yang ideal bagi emiten bagi emiten dengan cara memberi konsultasi yang tepat mengenai waktu yang terbaik untuk melakukan *initial public offering (IPO)* berdasarkan analisa keadaan pasar modal yang sedang terjadi.

Investor

Penelitian ini diharapkan dapat membantu investor dalam menganalisa dan mempelajari tingkat pengembalian dan prospek perusahaan emiten, khususnya pada keputusan investasi saham pada perusahaan yang melakukan *initial public offering (IPO)* sehingga dapat membuat keputusan yang tepat dalam menginvestasikan modalnya.

2. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai reputasi *underwriter* (*UND*), reputasi auditor (*AUD*), umur perusahaan (*AGE*), ukuran perusahaan (*SIZE*), dan *return on asset* (*ROA*) terhadap *underpricing* saham pada *initial public offering* (*IPO*), serta mengembangkan kemampuan peneliti teori-teori yang sudah diperoleh sebelumnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjelaskan fenomena yang ada terkait *underpricing* saham pada penawaran umum saham perdana.

3. Mahasiswa dan Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan tambahan wacana dan referensi serta literatur di bidang keuangan investasi pasar modal, sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya yang terkait dan sejenis mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi *underpricing* saham.

1.6. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan menguraikan tentang latar belakang penelitian, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : TELAAH LITERATUR

Bab Telaah Literatur menguraikan tentang teori-teori yang relevan terkait dengan pasar modal, penawaran umum saham perdana atau *Initial Public Offering (IPO)*, *underpricing*, teori *signaling*, teori *agency*, reputasi *underwriter (UND)*, reputasi auditor (AUD), umur perusahaan (*AGE*), ukuran perusahaan (*SIZE*), dan *return on asset (ROA)* dari berbagai literatur yang mendukung penelitian. Bab ini juga berisi uraian hipotesis-hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini, serta model penelitian yang akan diuji.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab Metode Penelitian menguraikan tentang gambaran objek penelitian, metode penelitian, penjelasan mengenai variabel penelitian meliputi definisi operasional, pengukuran variabel, dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, serta teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis.

BAB VI : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab Analisis Data dan Pembahasan menguraikan tentang deskripsi penelitian berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan, pengujian dan analisis hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab Simpulan dan Saran merupakan bagian akhir dari penelitian yang menguraikan hasil pembahasan analisa data penelitian, keterbatasan

penelitian yang berkaitan dengan temuan, serta saran untuk memperbaiki, meningkatkan dan mempertimbangkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan pada masa yang akan datang.

