

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah penelitian

Pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat, menyebabkan banyak perusahaan melakukan berbagai cara untuk memenuhi kebutuhan modalnya dalam rangka mengembangkannya usahanya. Perusahaan dalam mengembangkan dan menjalankan usahanya membutuhkan modal untuk pendanaan. Salah satu cara alternatif sumber pendanaan yaitu dengan menjual sahamnya kepada masyarakat umum melalui Bursa Efek. Penawaran saham perusahaan kepada masyarakat melalui bursa efek disebut *go public*.

Go public atau penawaran umum perdana merupakan kegiatan emiten (penerbit saham) untuk menjual sekuritas (saham) kepada publik berdasarkan peraturan pelaksanaannya. Saat perusahaan memutuskan untuk *go public* artinya perusahaan diwadahi dalam sebuah pasar modal. Pasar modal di Indonesia salah satunya adalah Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *Indonesian Stock Exchange (IDX)*. perusahaan yang *go public* di BEI tergolong menjadi tiga sektor yaitu sektor pertanian dan pertambangan, sektor manufaktur, dan sektor jasa.

Pasar modal sebagai tempat untuk memperjualbelikan saham berperan penting bagi pembangunan ekonomi sebagai salah satu sumber pembiayaan eksternal bagi dunia usaha dan tempat investasi bagi masyarakat. Pasar modal merupakan salah satu sarana guna memenuhi permintaan dan penawaran modal. Di

tempat inilah para investor dapat melakukan investasi dengan cara membeli surat berharga yang diterbitkan oleh perusahaan. Melalui pasar modal, suatu perusahaan dapat menjual sahamnya kepada publik untuk memperoleh sumber dana untuk kegiatan ekspansi atau operasi perusahaan. Melalui pasar modal para investor dapat menanamkan modalnya (berinvestasi) dengan membeli sejumlah efek dengan harapan akan memperoleh keuntungan dari hasil kegiatan tersebut, sehingga investasi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan menempatkan dana pada satu aset atau lebih selama periode tertentu dengan harapan akan memperoleh keuntungan.

Banyak hal yang membuat orang menumbuhkan minat terhadap dunia pasar modal, terutama bagi investor pemula salah satunya yaitu untuk membeli saham perdana. Saham yang telah dibeli dapat memberikan keuntungan berupa *capital gain*. *Capital gain* adalah selisih lebih antara harga pasar sekunder dengan harga perdananya. Selisih tersebut merupakan kompensasi dari dana investasi yang ditanam (Syarifah,2009).

Dalam rangka memperluas perusahaan adalah dengan mengadakan ekspansi. Untuk melakukan ekspansi sendiri, perusahaan membutuhkan dana tambahan yang cukup besar. Dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dana tersebut, seringkali dana yang diambil dari dalam perusahaan tidaklah cukup. Untuk itu diperlukan dana tambahan dari luar perusahaan, yaitu dengan cara melakukan emisi efek atau sering disebut dengan penawaran umum (Sri Retno, 2008). Dalam hal ini perusahaan yang menerbitkan dan menjual surat berharga, baik berupa saham biasa atau saham preferen atau bisa juga berupa obligasi kepada masyarakat umum. Perusahaan yang membutuhkan dana dapat menjual surat berharganya di

pasar modal. Dalam pasar modal, perusahaan penerbitan disebut *Emiten* atau *investee*. Sedangkan pembeli saham disebut *Investor* (Jogiyanto2014).

Istilah penawaran umum perdana *Initial Public Offering* (IPO) saham atau disebut juga sebagai *go public* dapat didefinisikan sebagai kegiatan untuk pertama kalinya suatu perusahaan ditawarkan atau dijual kepada publik atau masyarakat. Selain itu, istilah Penawaran Umum Perdana (IPO) juga dapat dikaitkan dengan penawaran atau penjualan obligasi perusahaan kepada publik (Darmadji dan Hendy Fakhruddin,2011). Namun, untuk *go public*, istilah tersebut hanya berlaku di IPO saham atau penawaran umum perdana saham. Bagi investor, membeli saham perusahaan yang melakukan penawaran umum akan memberikan alternatif lain dalam memperoleh penghasilan. Dengan membeli saham atau obligasi, pemodal akan mendapat penghasilan dari sumber lain yaitu deviden, *capital gain* dan bunga obligasi (Widoatmojo,2009).

Dalam proses *go public*, sebelum saham diperdagangkan di bursa efek terlebih dahulu saham perusahaan yang akan *go public* dijual di pasar perdana. Surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan akan dijual di pasar primer (*primary market*). Surat berharga yang baru dijual data berupa penawaran perdana ke publik (*initial public offering* atau IPO) atau tambahan surat berharga baru jika perusahaan sudah *going public* (sekuritas tambahan ini sering disebut dengan *seasoned new issues*). Masalah penawaran saham perdana (*initial public offering* atau IPO) merupakan salah satu masalah yang cukup menarik dalam pasar modal, karena pada umumnya IPO memberikan abnormal return yang positif bagi para pemodal segera setelah saham-saham tersebut diperdagangkan di pasar sekunder (Husnan, 2001).

Keadaan ini menunjukkan bahwa harga saham pada saat *initial public offering* (IPO) relatif lebih besar. IPO yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) memberikan *initial return* yang positif yang cukup besar bagi pemodal segera setelah saham-saham tersebut diperdagangkan di bursa efek (Salis,2001). Kondisi-kondisi seperti di atas sering disebut dengan *underpricing*, yang menunjukkan sebenarnya harga saham ada saat penawaran perdana relatif murah.

Underpricing terjadi disaat harga saham di pasar perdana lebih rendah dibandingkan harga saham di pasar sekunder dan selisih positif antara harga saham di pasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana pada saat IPO dikenal dengan istilah *initial return* positif bagi investor (Yolana dan Martani, 2005). Kondisi *underpricing* merugikan bagi perusahaan yang melakukan *go public*, karena dana yang diperoleh dari publik tidak maksimum. Sebaliknya jika terjadi *overpricing*, maka investor akan merugi, karena mereka tidak menerima *initial return* (return awal). *Initial return* adalah keuntungan yang didapat pemegang saham karena perbedaan harga saham yang dibeli di pasar perdana dengan harga jual saham yang bersangkutan di pasar sekunder (Arum dan Kusuma, 2001).

Para pemilik perusahaan menginginkan agar meminimalisir situasi *underpricing*, karena terjadinya *underpricing* akan menyebabkan transfer kemakmuran dari pemilik kepada para investor (Beatty,1989). Penjualan saham oleh perusahaan yang semula ditujukan untuk memperoleh dana untuk melakukan ekspansi atau operasi perusahaan menjadi kurang maksimal. Adanya perbedaan harga saham ketika berada di pasar primer dengan harga saham di pasar sekunder

ini menjadikan dana yang seharusnya diterima oleh perusahaan menjadi sebuah keuntungan bagi para investor. Untuk menciptakan harga saham yang ideal, perusahaan harus mengetahui dan mengerti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi gejala *underpricing*. Ketika pemilik perusahaan memungkinkan untuk dapat menghindarkan perusahaan yang akan *go public* terhadap kerugian karena *underestimate* atas nilai pasar sahamnya.

Pada dasarnya ketika suatu perusahaan baru saja berdiri maka informasi mengenai perusahaan tersebut masih jarang tersebar luas dan sulit diketahui masyarakat terutama para investor dibandingkan dengan perusahaan yang telah lama berdiri. Informasi yang sulit didapatkan oleh investor akan memperbesar tingkat ketidakpastian perusahaan. Hal ini menjadikan umur perusahaan memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap *underpricing* saham. Dimana perusahaan yang baru saja berdiri akan memiliki kemungkinan mengalami *underpricing* lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang sudah lama berdiri. Penelitian yang dilakukan oleh Rosyati dan Sabeni (2002) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing*. Sedangkan hasil dari penelitian Nasirwan (2002) membuktikan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*.

Ukuran perusahaan merupakan besar atau kecilnya suatu perusahaan dilihat dari total kekayaan, total aset, jumlah penjualan atau nilai buku suatu perusahaan. Menurut Badan Standarisasi Nasional, kategori perusahaan ada 3 yaitu : 1.) perusahaan kecil dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta sampai dengan maksimal Rp 500 juta ; 2.) perusahaan menengah dengan kekayaan antara

Rp 500 juta hingga Rp 10 milyar; dan 3.) perusahaan besar dengan kekayaan bersih lebih dari 10 milyar. Pada dasarnya perusahaan dengan skala kecil jarang dikenal oleh masyarakat luas dibandingkan dengan perusahaan yang berskala besar. Dengan sedikitnya informasi yang bisa diperoleh oleh calon investor, maka tinggal ketidakpastian perusahaan dimasa mendatang tidak mudah diketahui. Dengan demikian besarnya skala perusahaan memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap tingkat *underpricing* perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Wardhani (2003) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing*, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abdullah dan Mohd (2004) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *underpricing*.

Besarnya persentase saham yang ditawarkan oleh perusahaan dinilai memberikan pengaruh terhadap ketidakpastian perusahaan dimasa depan dan pada akhirnya akan memengaruhi besarnya tingkat *underpricing* saham. Perusahaan yang menawarkan saham dengan persentase yang besar dinilai akan meningkatkan ketidakpastian perusahaan dimasa depan dan pada akhirnya akan memperbesar tingkat *underpricing* saham. Penelitian yang dilakukan Rista Maya (2013) menyatakan bahwa persentase saham yang ditawarkan berpengaruh signifikan positif terhadap *underpricing* saham yang melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI), namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Trisnawati (1999) yang menyatakan bahwa presentase penawaran saham tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing*.

Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan dan menjadi bukti perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil

kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian. Perusahaan yang beroperasi lebih lama mempunyai kemampuan yang lebih besar untuk menyediakan informasi. Dengan demikian akan mengurangi adanya informasi asimetri dan memperkecil ketidakpastian pasar yang pada akhirnya akan menurunkan tingkat *underpricing* saham.

Putra (2015) dalam Nursiam dan Rahayu (2019) menyatakan perusahaan besar cenderung mendapatkan lebih banyak perhatian dari analis, investor, dan pemerintah. Ukuran perusahaan akan mempengaruhi jumlah dana yang akan diberikan oleh investor. Jadi, perusahaan mengeluarkan saham sesuai dengan harga yang ditentukan dari penawaran dan permintaan di pasar modal. Ukuran perusahaan dapat dijadikan *proxy* ketidakpastian saham. Perusahaan yang berskala besar cenderung lebih dikenal masyarakat sehingga informasi mengenai prospek perusahaan berskala besar lebih mudah diperoleh. Keadaan ini dapat dinyatakan sebagai kecilnya tingkat resiko investasi perusahaan berskala besar dalam jangka panjang. Rendahnya tingkat ketidakpastian perusahaan berskala besar cenderung menurunkan tingkat *underpricing* dan kemungkinan *initial return* yang akan diterima investor akan semakin rendah.

Kondisi pasar adalah keadaan pasar modal yang biasanya tercermin dalam perbedaan angka indeks harga saham. Indeks saham adalah harga saham yang dinyatakan dalam angka indeks. Indeks saham digunakan untuk tujuan analisis dan menghindari dampak negatif dari penggunaan harga saham dalam rupiah. Kondisi pasar akan mempengaruhi perilaku pasar dalam menentukan harga saham perdana perusahaan yang dijaminan (Samsul,2006). Kondisi pasar yang sangat

unpredictable mengakibatkan begitu banyak investor yang tidak tertarik untuk membeli saham yang ada di pasar modal, sehingga akan memperbesar tingkat *underpricing* saham. Retsi Maya (2013) menyatakan bahwa kondisi pasar tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing* saham yang melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil ini didukung oleh hasil dari penelitian Halil Kiyamaz (2000) dan Arifin Sabeni (2002) yang hasilnya menyatakan bahwa variabel kondisi pasar tidak mempengaruhi terjadinya *underpricing*.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Umur Perusahaan, Persentase Saham yang Ditawarkan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tingkat *Underpricing* saat Penawaran Umum Perdana di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2020”.

B. Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, antara lain:

1. Apakah umur perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *underpricing* saham pada saat penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *underpricing* saham pada saat penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia (BEI)?

3. Apakah persentase saham yang ditawarkan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *underpricing* saham pada saat penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah umur perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *underpricing* saat penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia (BEI)?

C. Batasan masalah

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas peneliti membatasi masalah agar memiliki arah dan tujuan yang jelas maka batasan masalah adalah sebagai berikut:

1. Peneliti memilih perusahaan manufaktur yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Periode laporan keuangan yang akan dianalisis adalah laporan keuangan tahunan dari tahun 2016-2020.
3. Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO)
4. Laporan keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka dapat diperoleh tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel umur perusahaan terhadap terjadinya tingkat *underpricing* saham pada saat penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia (BEI)
1. Untuk mengetahui pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap terjadinya tingkat *underpricing* saham pada saat penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia (BEI)
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel persentase saham yang ditawarkan terhadap terjadinya tingkat *underpricing* saham pada saat penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia (BEI)
3. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan, persentase penawaran saham, dan ukuran perusahaan terhadap tingkat *underpricing* saham pada saat penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia (BEI)

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya seperti:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada peneliti selanjutnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *underpricing* saham.
 - b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber bacaan bagi penelitian lain dalam pengembangan teori terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *underpricing* saham.
 - c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian-penelitian di bidang pasar modal.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Emitan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi manajemen untuk mengambil langkah-langkah yang paling tepat saat melakukan penawaran umum perdana. Perusahaan yang telah mengambil langkah yang tepat nantinya akan mendapatkan harga yang baik, sehingga semua saham yang ditawarkan oleh perusahaan bisa terjual semua di pasar modal.

b. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebuah pertimbangan bagi para calon investor ketika menginvestasikan dananya di pasar modal. Sehingga para investor dapat memaksimalkan dana yang telah mereka investasikan pada perusahaan yang menjual sahamnya. Dengan demikian investor dapat memperoleh keuntungan baik berupa deviden maupun *capital gain*.

c. Bagi Peneliti

Manfaat yang diperoleh peneliti dari hasil penelitian ini adalah, menambah pengetahuan mengenai seberapa besar umur perusahaan, persentase penawaran, dan ukuran perusahaan terhadap tingkat *underpricing* saham saat penawaran umum perdana. Peneliti juga memperoleh pengetahuan-pengetahuan baru yang berkaitan dengan dunia pasar modal, khususnya tentang *underpricing* saham dan faktor yang mempengaruhinya.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat sekaligus untuk memperluas pengetahuan sebagai sumber referensi dalam pemikiran dan penalaran untuk masalah yang baru dalam penelitian selanjutnya.

F. Kerangka Penelitian

Setiap penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab, pada setiap bab terdiri masing-masing sub bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pendahuluan dalam bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan kerangka penulisan yang menggambarkan garis besar pokok pembahasan skripsi secara menyeluruh.

Bab II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Bab II berisi tentang teori yang diperlukan untuk membantu penelitian dan konsep yang relevan untuk membahas rumusan masalah penelitian, review penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta perumusan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab III ini berisi tentang metode atau langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian, yaitu meliputi jenis penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel dan sumber data, variabel penelitian dan pengukurannya, teknik pengumpulan data serta teknis analisis data yang digunakan.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab IV ini berisi tentang hasil analisis data penelitian berdasarkan hipotesis-hipotesis yang telah dibuat berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian.

Bab V Kesimpulan dan Implikasi

Bab V ini berisi tentang kesimpulan penelitian dan implikasi, saran-saran yang dapat yang dapat dijadikan bahan masukan untuk peneliti selanjutnya.