

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai keinginan untuk memperluas usahanya, hal ini dilakukan dengan ekspansi. Untuk melakukan ekspansi ini perusahaan memerlukan tambahan modal yang cukup besar. Dalam rangka memenuhi kebutuhan dana yang cukup besar tersebut, seringkali dana yang diambil dari dalam perusahaan tidak cukup. Salah satu cara perusahaan untuk mendapatkan tambahan dana dalam rangka mengembangkan usahanya yang sedang berkembang adalah dengan melakukan *go public*. *Go public* merupakan proses penawaran sebagian saham perusahaan kepada masyarakat melalui bursa efek. Dengan menjadi perusahaan publik, kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya akan jauh lebih baik dibandingkan dengan perusahaan tertutup.

Untuk menjadi perusahaan *go public*, saham perusahaan harus dicatat dan diperdagangkan di pasar modal. Pasar modal merupakan salah satu sarana guna memenuhi permintaan dan penawaran modal. Ditempat inilah para investor dapat melakukan investasi dengan cara pemilikan surat berharga bagi perusahaan. Dalam proses *go public* sebelum saham diperdagangkan di pasar sekunder (bursa efek) saham perusahaan yang akan *go public* dijual di pasar perdana yang sering disebut *initial public offering* (IPO). Harga saham yang dijual di pasar perdana (saat IPO) telah ditentukan terlebih dahulu atas kesepakatan antara emiten dengan underwriter, sedangkan harga di pasar sekunder ditentukan oleh mekanisme pasar (penawaran dan permintaan) Gumanti(dalam Maya, 2013).

Menurut Daljono (dalam Maya, 2013) walaupun emiten dan *underwriter* secara bersama-sama mengadakan kesepakatan dalam menentukan harga perdana saham, namun mereka mempunyai kepentingan yang berbeda. Emiten sebagai

pihak yang membutuhkan dana menginginkan harga yang tinggi, sebaliknya penjamin emisi berusaha untuk meminimalkan resiko yang ditanggungnya. Tipe penjaminan yang berlaku di Indonesia adalah *full commitment*, dimana pihak penjamin emisi akan membeli saham yang tidak habis terjual saat penawaran perdana. Keadaan ini membuat penjamin emisi berupaya untuk meminimalkan resiko dengan melakukan negosiasi dengan emiten agar harga saham-saham tersebut tidak terlalu tinggi, bahkan cenderung *underpricing*.

*Underpricing* adalah adanya selisih positif antara harga saham di pasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana atau saat IPO. Selisih harga inilah yang dikenal sebagai *initial return* (IR) atau positif *return* bagi investor. *Underpricing* adalah fenomena yang umum dan sering terjadi di pasar modal manapun saat emiten melakukan IPO.

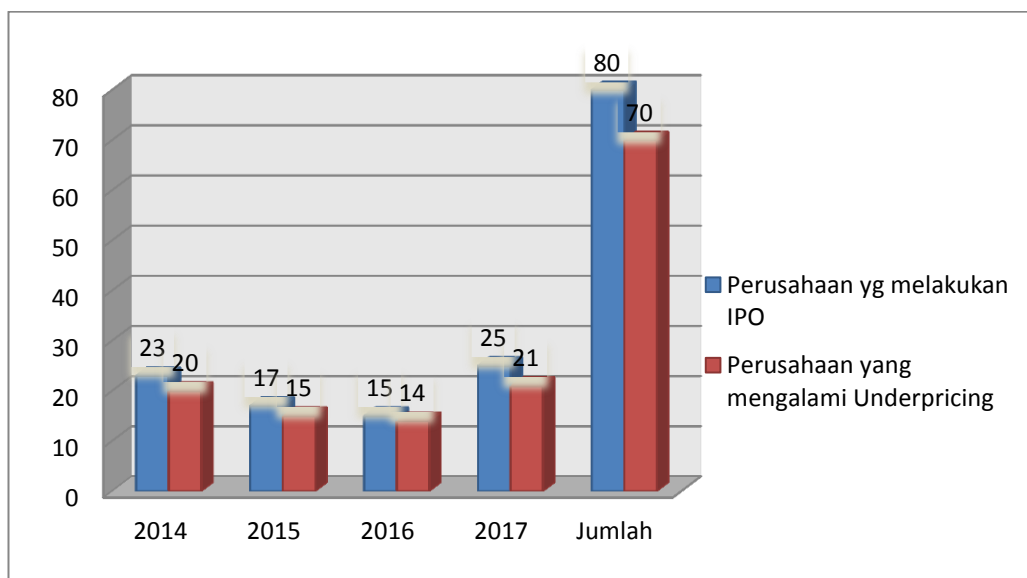
Menurut Kunz dan Aggarwal (dalam Yasa, 2008) *underpricing* adalah suatu keadaan dimana harga saham pada saat penawaran perdana lebih rendah dibandingkan dengan ketika diperdagangkan di pasar sekunder. Caster dan Manaster (dalam jurnal Maya, 2013) menjelaskan bahwa *underpricing* adalah hasil dari ketidakpastian harga saham pada pasar sekunder. Namun sebelum menetapkan harga pada penawaran perdana, penjamin emisi dan emiten harus mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya *underpricing*.

Takarini dalam jurnal Aini (2013) mengungkapkan bahwa fenomena *underpricing* tidaklah menguntungkan bagi emiten, karena dana yang diperoleh emiten tidak maksimal sebab emiten tidak memperoleh dana yang lebih besar yang mungkin bisa didapatkan oleh emiten untuk mendanai ekspansinya. Sehingga harapan tentang besarnya dana yang diinginkan emiten melalui IPO tidak terpenuhi secara maksimal karena fenomena *underpricing* yang terjadi. Tetapi di lain pihak menguntungkan para investor karena investor bisa menikmati *return* dari pembelian saham yang dilakukannya (Kurniawan, 2007). Sebaliknya jika terjadi

*overpricing*, maka investor akan merugi, karena mereka tidak menerima *initial return*.

Kondisi *underpricing* tersebut perlu diminimalisir oleh emiten agar dapat memperoleh harga yang ideal atas saham perdananya. Selain itu terjadinya *underpricing* akan menyebabkan adanya transfer kemakmuran (*wealth*) dari pemilik (emiten) kepada para investor (Beatty, 1989 dalam Aini 2013), karena para investor menikmati *return* dari transaksi perdagangan sahamnya, sedangkan emiten hanya memperoleh dana melalui penjualan saham yang diperoleh dari hasil perdagangan antara emiten dengan investor di pasar perdana saja. Dengan kata lain emiten tidak akan memperoleh tambahan dana atas transaksi yang terjadi di pasar sekunder (Emilia dalam Aini 2013). Sehingga apabila hasil penawaran perdana rendah maka berarti tingkat kemakmuran emiten juga semakin menurun (Suyatmin dalam Aini 2013).

Banyaknya fenomena *underpricing* yang terjadi menunjukkan bahwa harga saham pada saat penawaran perdana secara rerata dapat dikatakan murah dan sering terjadi pada perusahaan yang melakukan IPO.



Gambar 1.1 Grafik Perkembangan IPO Selama Periode Penelitian

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2014 dari 23 perusahaan yang melakukan IPO sebanyak 20 perusahaan mengalami *underpricing*. Pada tahun 2015 dari 17 perusahaan yang melakukan IPO sebanyak 15 perusahaan mengalami *underpricing*. Pada tahun 2016 dari 15 perusahaan yang melakukan IPO sebanyak 14 perusahaan mengalami *underpricing*. Pada tahun 2017 dari 25 perusahaan yang melakukan IPO sebanyak 21 perusahaan mengalami *underpricing*. Fenomena *underpricing* terjadi dari 80 perusahaan yang melakukan IPO sebanyak 70 perusahaan mengalami *underpricing* pada tahun 2014 sampai 2017.

Kondisi pasar akan mempengaruhi perilaku pasar (*underwriter*) dalam menentukan harga saham perdana perusahaan yang dijamin. Sebelum melakukan kesepakatan dengan emiten, penjamin emisi akan melihat kondisi pasar yang tergambar dari pergerakan harga saham sebelumnya. Sabeni dalam Maya(2013) menyatakan apabila harga saham dalam keadaan baik maka emiten dan penjamin emisi akan memiliki keyakinan dalam menetapkan harga penawaran perdana yang lebih tinggi dan akan memperkecil terjadinya *underpricing*.

Persentase saham yang dipegang oleh pemilik saham menunjukkan banyak sedikitnya pengungkapan informasi privat perusahaan. Tingginya tingkat ketidakpastian pada saham yang ditawarkan dalam jumlah besar menjadi pertimbangan bagi penjamin emisi dan emiten untuk menetapkan harga perdana. Untuk meminimalisir resiko penjamin emisi akan menetapkan harga yang rendah pada saat penawaran perdana jika saham yang ditawarkan dalam jumlah besar. Sebaliknya, jika saham yang ditawarkan ke publik dalam persentase yang lebih kecil, maka harga yang ditetapkan pada pasar perdana akan lebih tinggi. Dalam hal ini persentase saham yang ditawarkan diukur dengan menggunakan persentase saham yang ditawarkan kepada publik (Handayani, 2008). Maya (2013) dan Handono (2010) mengungkapkan bahwa persentase saham yang ditawarkan ke publik berpengaruh positif terhadap tingkat *underpricing* saham.

Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan dan menjadi bukti perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil kesempatan bisnis yang ada. Perusahaan yang telah lama berdiri bisa dipersepsikan sebagai perusahaan yang sudah tahan uji sehingga kadar resikonya rendah dan hal ini bisa menarik investor karena diyakini perusahaan yang sudah lama berdiri bisa dikatakan lebih berpengalaman dalam menghasilkan *return* bagi perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya *return* yang diterima oleh investor dalam jangka panjang. Sehingga perusahaan yang telah lama berdiri akan mengurangi tingkat *underpricing* (Suyatmin, dalam Aini 2013).

Ukuran perusahaan menunjukkan jumlah total aset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan berukuran besar umumnya memiliki tingkat ketidakpastian yang rendah dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena dengan skala yang tinggi maka perusahaan besar cenderung tidak dipengaruhi oleh pasar, sebaliknya dapat mewarnai dan mempengaruhi keadaan pasar secara keseluruhan. Kejelasan informasi tentang perusahaan akan meningkatkan penilaian akan perusahaan, mengurangi tingkat ketidakpastian dan meminimalkan tingkat resiko dan *underpricing* (Sulistio, dalam Aini 2013).

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui **“Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi *Underpricing* Di BEI”**.

## **1.2.Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini dijabarkan dengan berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh kondisi pasar terhadap *underpricing* saham?
2. Bagaimanakah pengaruh persentase saham yang ditawarkan terhadap *underpricing* saham?
3. Bagaimanakah pengaruh umur perusahaan terhadap *underpricing* saham?

4. Bagaimanakah pengaruh ukuran perusahaan terhadap underpricing saham ?

### **1.3. Ruang lingkup penelitian**

#### **1.3.1. Ruang Lingkup Subjek**

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalah *Underpricing* saham

#### **1.3.2. Ruang Lingkup Objek**

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan *initial public offering* yang mengalami *underpricing* saham yang ada di Bursa Efek Indonesia.

#### **1.3.3. Ruang Lingkup Tempat Penelitian**

Ruang lingkup tempat dalam penelitian ini yaitu Bursa Efek Indonesia melalui penelusuran data sekunder di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan <https://finance.yahoo.com>.

#### **1.3.4. Ruang Lingkup waktu penelitian**

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah  $\pm$  8 bulan.

#### **1.3.5. Ruang lingkup Ilmu Penelitian**

Ruang lingkup ilmu penelitian adalah manajemen keuangan dan investasi saham terhadap *underpricing*.

### **1.4. Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusalan masalah diatas tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kondisi pasar terhadap *underpricing*.
2. Untuk menganalisis pengaruh persentase saham yang ditawarkan terhadap *underpricing*.
3. Untuk menganalisis pengaruh umur perusahaan terhadap *underpricing*.

4. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap *underpricing saham*.

### **1.5. Manfaat penelitian**

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dan tambahan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya yang mengadakan penelitian tentang *Underpricing*.

2. Bagi Investor

Sebagai bahan pertimbangan dan informasi kepada pihak investor ataupun pengambil kebijakan dari investor dalam menetapkan kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan keutungan atas dana yang akan diinvestasikan pada saham yang baru melakukan IPO .

3. Bagi Emiten

Sebagai bahan pertimbangan khususnya yang berkaitan dengan masalah keterbukaan informasi bila akan melakukan *initial public offering* (IPO) untuk memperoleh harga yang optimal.

### **1.6. Sistematika penulisan**

Sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini tercantum latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Landasan teori atau tinjauan pustaka ini memuat tentang teori-teori yang mendukung penelitian ini. Dalam bab ini terdiri dari tinjauan pustaka, menjelaskan tentang landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis dari penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, operasional variabel, teknik pengumpulan data dan analisis yang digunakan dalam pengujian hipotesis.

### BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai pengaruh kondisi pasar, persentase saham yang ditawarkan, umur perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap *underpricing* saham.

### BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

### DAFTAR PUSTAKA

Dalam daftar pustaka menjelaskan mengenai sumber informasi yang di peroleh yang di jadikan referensi sebagai pembahasan skripsi ini.

### LAMPIRAN

Dalam lamiran menjelaskan mengenai data yang mendukung atau yang memperjelas pembahasan pada skripsi ini.