

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pasar modal Indonesia yang sangat pesat dan naik turunnya jumlah emiten yang menjual sahamnya ke masyarakat juga tidak terlepas pada kemungkinan terjadinya proses belajar para pemodal. Husnan (2001), menyatakan salah satu indikasi proses belajar tersebut adalah pasar modal tersebut semakin efisien. Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang cukup menggairahkan, menjadikan semakin banyaknya saham yang terdaftar di bursa efek, hal ini tentunya memerlukan strategi tertentu untuk membeli saham yang kiranya akan menguntungkan, dimana saham-saham yang dijual pada pasar perdana dapat menjadi pilihan untuk berinvestasi.

Pasar modal sebagai tempat untuk memperjualbelikan saham berperan penting bagi pembangunan ekonomi sebagai salah satu sumber pembiayaan eksternal bagi dunia usaha dan wahana 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 guna 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.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk terus berkembang dan memperluas perusahaannya, salah satu hal yang bisa dilakukan untuk memperluas perusahaan

yaitu 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. Dalam hal ini perusahaan akan 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. 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 dividen, capital gain dan bunga obligasi (Widoatmodjo, 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 baru dikeluarkan oleh perusahaan akan dijual di pasar primer (*primary market*). Surat berharga yang baru dijual dapat berupa penawaran perdana ke *public* (*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 dunia 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

IPO relatif lebih murah, sehingga para investor akan memperoleh keuntungan yang relatif besar. Kondisi seperti ini sering disebut dengan *Underpricing*, yang menunjukkan sebenarnya harga saham pada waktu penawaran perdana relatif murah. Sehingga timbul pertanyaan bagaimana hal ini bisa terjadi dan apakah emiten merasa dirugikan jika penawaran perdana sahamnya terlalu murah.

Underpricing terjadi disaat harga saham di pasar perdana lebih rendah dibanding harga saham di pasar sekunder dan selisih positif antara harga saham dipasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana pada saat IPO dikenal dengan istilah *initial return* atau *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*.

Fenomena *Underpricing* timbul karena adanya *asymmetric information*, sehingga menimbulkan ketidakpastian *ex-ante*. *Ex-ante* adalah kemampuan untuk memprediksi apakah jika penggabungan, peleburan dan pengambilalihan dilakukan dapat membahayakan pasar. *Ex-ante* ini bertujuan untuk mencegah kerugian yang besar jikalau penggabungan, peleburan dan pengambilalihan yang dilaksanakan ternyata harus dibatalkan (Achmad, 2011). Ketidakpastian *ex-ante* tersebut menimbulkan risiko bagi *underwriter* dan emiten karena berhubungan dengan nilai instrinsik perusahaan. Tujuan investor menggunakan informasi mengenai perusahaan emiten untuk mengetahui tentang kondisi perusahaan pada saat ini dan bagaimana prospek di masa depan. Prospek ini dapat diprediksi dengan menggunakan persistensi laba perusahaan (Risqi,et.al.,2013).

Penjualan saham oleh perusahaan yang semula ditujukan untuk memperoleh dana guna 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 mengetahui penyebab terjadinya *Underpricing* saham, maka pemilik perusahaan memungkinkan untuk dapat menghindari perusahaan yang akan *public* terhadap kerugian karena *underestimate* atas nilai pasar sahamnya.

Ketika akan melakukan IPO, perusahaan harus membuat informasi-informasi tentang perusahaan yang disebut dengan prospektus. Didalamnya terdapat informasi akuntansi dan non akuntansi mengenai perusahaan, seperti informasi mengenai umur perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas perusahaan. Informasi-informasi ini tentu akan mempengaruhi calon investor dalam mengambil keputusan investasi. 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 telah lama berdiri. Penelitian yang dilakukan oleh Rosyati dan Sabeni (2002) menyatakan bahwa umur perusahaan

berpengaruh signifikan negatif terhadap *Underpricing*. Sedangkan hasil dari penelitian Nasirwan (2000) membuktikan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Underpricing*.

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Terdapat berbagai proksi yang biasanya digunakan untuk mewakili ukuran perusahaan yaitu, total aset, jumlah penjualan, dan kapitalisasi pasar (Yolana,et.al.,2005). 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 Rp 10 milyar. Pada dasarnya perusahaan dengan skala kecil jarang dikenal oleh masyarakat luas dibanding dengan perusahaan yang berskala besaar. Dengan sedikitnya informasi yang bisa diperoleh oleh calon investor, maka tingkat 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 Abdullah dan Kamarun (2004) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *Underpricing*, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wardhani (2003) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Underpricing*.

Faktor lain yang juga memberikan pengaruh adalah tingkat profitabilitas perusahaan. Salah satunya dapat dilihat melalui *Earning Per Share* atau EPS sebagai besarnya laba yang didapat perusahaan tiap lembar saham. EPS diartikan

sebagai rasio yang menunjukkan bagian laba untuk setiap saham. Earning Per Share dapat digunakan untuk menganalisis resiko dan membandingkan pendapatan per lembar saham perusahaan dengan perusahaan lainnya (Tjiptono & Fakhrudin, 2008) . Perusahaan yang memiliki EPS yang tinggi berarti menunjukkan kemampuan yang besar pula dalam memberikan keuntungan bagi investor. Hal ini menunjukkan keamanan perusahaan dan mengurangi ketidakpastian akan risiko, sehingga dapat mengurangi tingkat *Underpricing* saham. Penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah (2004), menyatakan adanya pengaruh negatif dan signifikan EPS terhadap *Underpricing*, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulistio (2005) menyatakan bahwa EPS tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Underpricing*.

Berikut adalah data perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) pada tahun 2017-2020 :

Tabel 1.1.1 Jumlah Underpricing Pada Perusahaan Yang IPO Tahun 2017 – 2020

Tahun	Jumlah IPO	Total <i>Underpricing</i>	
		Jumlah	Persentase
2017	36	34	94%
2018	57	34	60%
2019	55	29	52%
2020	52	29	55%

Sumber: Bursa Efek Indonesia

Dari Tabel 1.1.1 jumlah perusahaan yang melakukan IPO mengalami fluktuasi dari tahun 2017 sampai dengan 2019, kemudian menurun pada tahun 2020. *Underpricing* untuk suatu perusahaan menjadi fenomena yang sering muncul dan dialami oleh perusahaan-perusahaan yang melakukan Penawaran Umum Perdana

pada berbagai bursa saham di dunia, di mana harga IPO ditetapkan lebih rendah dari nilai sebenarnya dari perusahaan (Kurniawan, 2014).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan Dan *Earning Per Share* (EPS) Terhadap *Underpricing* Saham Pada Saat *Initial Public Offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka diperoleh rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah pengaruh umur perusahaan terhadap terjadinya *Underpricing* saham pada saat *Initial Public Offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimanakah pengaruh ukuran perusahaan terhadap terjadinya *Underpricing* saham pada saat *Initial Public Offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimanakah pengaruh *Earning Per Share* (EPS) terhadap terjadinya *Underpricing* saham pada saat *Initial Public Offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan terhadap terjadinya *Underpricing* saham pada saat *Initial Public Offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap terjadinya *Underpricing* saham pada saat *Initial Public Offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Earning Per Share* (EPS) terhadap terjadinya *Underpricing* saham pada saat *Initial Public Offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, diantaranya:

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi emiten dalam mengurangi risiko ketidakpastian perusahaan saat melakukan IPO.

2. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada investor maupun calon investor dalam pengambilan keputusan investasi agar memperoleh keuntungan yang optimal.

3. Bagi akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi dan literatur bagi penelitian selanjutnya sesuai dengan masalah penelitian ini.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis membatasi ruang lingkup dari penelitian yaitu hanya meneliti pengaruh umur perusahaan, ukuran perusahaan dan

Earning Per Share (EPS) terhadap terjadinya *Underpricing* saham pada saat *Initial Public Offering (IPO)* di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.

1.6. Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika sebagai berikut :



Pada bab penutup ini, dijabarkan tentang kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan dan saran bagi penelitian selanjutnya.

