

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perusahaan dalam perkembangannya selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dalam meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Sejalan dengan perkembangan perekonomian, banyak perusahaan yang berusaha ingin Go Public. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dana tersebut adalah dengan menerbitkan saham baru. Untuk menerbitkan saham yang baru ini dapat dilakukan dengan cara IPO (*Initial Public Offering*) yaitu menjual saham di pasar perdana terlebih dahulu dan dilanjutkan di pasar sekunder. Banyaknya perusahaan yang telah memutuskan *go public* akan mengakibatkan banyaknya persaingan antar perusahaan untuk mendapatkan investor didalam menanamkan modalnya melalui tahapan awal perusahaan *go public* yang dinamakan IPO. Kegiatan IPO untuk suatu perusahaan banyak diwarnai dengan adanya fenomena yang umum dan sering terjadi di pasar modal maupun saat emiten dengan adanya selisih positif antara harga saham di pasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana atau saat IPO yang biasa disebut *underpricing* (Yolana dan Dwi Martani, 2005).

Yang pada umumnya ditawarkan dengan tingkat harga yang lebih rendah daripada saham yang berada di pasar sekunder, keadaan ini disebut sebagai *underpricing*. Harga perdana relatif lebih rendah yang ditetapkan oleh emiten dan penjamin emisi (*underwriter*). *Underwriter* dalam hal ini memiliki informasi yang lebih baik mengenai permintaan terhadap saham yang dimiliki emiten, dibanding emiten itu sendiri. Kondisi *asimetry* informasi inilah yang menyebabkan terjadinya *underpriced* dimana *underwriter* merupakan pihak yang memiliki kelebihan informasi dan menggunakan ketidaktahuan emiten untuk memperkecil resiko. Hal ini menyebabkan harus menerima harga saham yang murah pada penawaran

perdananya (Aiza Hayati : 2007). Selain itu, pihak *underwriter* dilakukan agar dapat direspon oleh investor dengan membeli saham tersebut. Bagi emiten, *underpricing* berarti kehilangan kesempatan untuk mendapatkan dana secara maksimal (Amelia dan Saftiana,2007). Bagi investor, strategi yang dapat dilakukan adalah membeli saham pada pasar perdana dan menjualnya pada awal perdagangan di bursa guna mendapatkan *capital again*.

Underpricing merupakan fenomena menarik yang terjadi di penawaran perdana ke publik. Menurut Brigham (2001), *underpricing* dapat dikatakan sebagai keadaan dimana saham yang memberikan return positif pada transaksi pasar sekunder setelah penawaran perdana. Untuk menentukan besarnya *underpricing* diukur dengan return saham di pasar perdana (Initial Return). Initial Return merupakan keuntungan yang diperoleh pemegang saham karena perbedaan saham yang dibeli di pasar perdana (saat IPO) dengan harga jual saham yang bersangkutan di hari pertama di pasar sekunder. Sedangkan harga saham di pasar sekunder (setelah IPO) ditentukan oleh mekanisme pasar, yaitu permintaan dan penawaran.

Di Indonesia terdapat kecederungan *underpricing* saat *Initial Public Offering* (IPO) yaitu harga saham hari pertama di pasar sekunder lebih tinggi dari harga saham penawaran perdananya (Husnan, 1996 dalam Prihartanto, 2002). Di beberapa negara berkembang di Amerika Latin gejala *underpricing* terjadi dalam jangka pendek, tetapi dalam jangka panjang kondisi sebaliknya (*overpricing*) yang terjadi (Aggarawal *et.al.*, 1993 dalam Daljono, 2000).

Umur perusahaan merupakan hal yang dipertimbangkan investor dalam menanamkan modalnya. Perusahaan yang beroperasi lebih lama mempunyai kemungkinan yang lebih besar untuk menyediakan informasi perusahaan yang lebih banyak dan luas daripada perusahaan yang baru saja berdiri (Nurhidayati dan Indriantoro, 2006). Menurut Rosyati dan Arifin Sabeni (2002), Nasirwan (2000), Novita (2007) mengatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*.

Sedangkan, menurut Imam Ghozali dan Mudrik Al Mansur, Paulus Wardoyo dan Bernadeta Septi W (2010), Eliya Isfaatun dan Atikan Jauhar Hatta (2010) menemukan hasil umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan. Semakin lama umur perusahaan, semakin banyak informasi yang telah diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut (Daljono,2000).

Return market (kondisi pasar) akan mempengaruhi perilaku pasar (*underwriter*) dalam menentukan harga saham perdana perusahaan yang dijaminakan. Jika ada pengaruh kondisi pasar, berarti terjadinya peningkatan harga pada pasar sekunder lebih disebabkan pada pengaruh kondisi pasar yang sebelumnya. Maharta Titi dan Wista Amalia menemukan bahwa adanya hubungan antara *underpricing* dan market (kondisi pasar). Sedangkan menurut Rosyati dan Arifin Sabeni (2002), Bernadeta Septi dan Paulus Wardoyo (2010) variabel market (kondisi pasar) tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*.

Ukuran perusahaan (*firm size*) merupakan faktor yang juga mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan pada saham yang IPO (Jogianto,2000). Karena semakin besar perusahaan dan semakin dikenal oleh masyarakat, maka semakin banyak informasi yang bisa diperoleh investor dan semakin kecil pula ketidakpastian yang dimiliki investor. Ukuran perusahaan juga menunjukkan banyak sedikitnya informasi yang dipublikasikan. Hal tersebut dapat membantu investor memprediksi resiko yang mungkin terjadi jika ia berinvestasi pada perusahaan tersebut. Menurut Paulus Wardoyo dan Bernadeta Septi W (2010), Chastina Yolana dan Dwi Martini (2005), menemukan bahwa variabel skala/perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Sedangkan Kusumawati menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*.

Perbedaan penelitian ini dengan peneliti terdahulu yaitu terletak pada tahunnya. Peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Bernadeta Septi W dan Paulus Wardoyo dilakukan dengan menggunakan sampel dari

perusahaan *go public* yang terdaftar di BEI antara tahun 2006-2009, yang mengalami *underpricing*. Sedangkan penelitian yang saya lakukan dengan menghilangkan variabel bebas kepemilikan saham sehingga variabelnya terdiri dari umur perusahaan, *return market* (kondisi pasar) dan ukuran perusahaan. Dan variabel menggunakan sampel dari perusahaan *listing* yang terdaftar di BEI periode tahun 2010-2012, yang mengalami *underpricing*.

Berdasarkan latar belakang dan dari berbagai faktor yang telah diuraikan maka peneliti tertarik melakukan Penelitian dengan judul: “**Analisis *Underpricing* di Pasar Sekunder Bursa Efek Indonesia**”.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas terdapat faktor-faktor tersebut diantaranya adalah umur perusahaan, *return market* (kondisi pasar) dan ukuran perusahaan sehingga dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah variabel umur perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *underpricing*.
2. Apakah variabel *return market* (kondisi pasar) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap.
3. Apakah variabel Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *underpricing*.

I.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pernyataan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan terhadap *underpricing* di pasar sekunder Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *return market* (kondisi pasar) terhadap *underpricing* di pasar sekunder Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap *underpricing* di pasar sekunder Bursa Efek Indonesia.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis berharap penelitian yang penulis lakukan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Emiten dan Calon Emiten

Untuk mendapatkan pengetahuan yang bermanfaat dalam menentukan harga yang tepat dalam penawaran saham perdana, dengan harga yang tepat perusahaan akan mendapatkan sejumlah modal dengan biaya yang relatif murah, sehingga perusahaan bisa melakukan ekspansi atau tujuan lain dengan menggunakan dana hasil IPO nya .

2. Bagi Investor dan Calon Investor

Digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam mengambil keputusan berinvestasi dalam membeli saham perdana.

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dapat memberikan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi bursa saham sehingga dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan khususnya studi di bidang keuangan di Indonesia dan dapat dijadikan untuk penelitian selanjutnya.