

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan pada umumnya menginginkan untuk mengembangkan usahanya, untuk mengembangkan usahanya akan membutuhkan modal yang sangat besar. Untuk itu diperlukan dana tambahan dari luar perusahaan, yaitu dengan cara melakukan emisi efek atau sering kali disebut dengan penawaran umum (*go public*) Syarifah (2009). Menurut Rock yang dikutip oleh Triani dan Nikmah (2006) terdapat dua alasan utama perusahaan memutuskan untuk *go public*, yang pertama karena pendiri perusahaan ingin mendiversikan portofolionya dan yang kedua perusahaan tidak memiliki sumber dana alternatif untuk membiayai program investasinya.

Investasi adalah penanaman modal yang dilakukan oleh para investor dengan harapan akan memperoleh keuntungan yang maksimal di masa yang akan datang. Menurut Jogianto (2003) Investasi dapat di definisikan sebagai penundaan konsumsi sekarang untuk digunakan didalam produksi yang efisien selama periode waktu tertentu. Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan yaitu mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya begitu juga para investor juga menginginkan keuntungan yang maksimal. Dalam penanaman saham tersebut, para investor tentunya akan menanamkan modalnya kepada perusahaan dengan harapan akan mendapatkan return yang tinggi atau sebanding dengan investasi yang ditanamkan.

Dalam proses *go public*, sebelum saham diperdagangkan di pasar sekunder (bursa efek). Saham perusahaan yang akan *go public* dijual di pasar perdana atau biasa disebut *Initial Public Offering* (IPO). Perusahaan yang

telah melakukan IPO bisa disebut perusahaan telah go public karena perusahaan menjual sahamnya kepada masyarakat dan siap dinilai oleh masyarakat. Menurut (Tandelilin) penawaran umum adalah kegiatan yang dilakukan emiten untuk menjual sekuritas kepada masyarakat, berdasarkan tata cara yang di atur dalam undang–undang dan peraturan penawaran saham perdana (IPO).

Perusahaan yang melakukan IPO membuka peluang bagi investor untuk mendapatkan initial return. Initial return diperoleh dari selisih harga saham saat penawaran perdana dengan saat dijual di pasar sekunder.

(Emilia, Sulaiman, Sembel, 2008) semakin tinggi harga yang ditawarkan investor pada saat dijual tentu mendorong meningkatnya nilai initial return. Pada umumnya IPO memberikan *abnormal return* yang positif bagi para pemodal setelah saham-saham tersebut di perdagangkan di pasar sekunder (Husnan, 2001). Menurut Jogiyanto (2013) abnormal return adalah selisih return sesungguhnya dengan return ekspektasi.

Harga saham pada penawaran perdana ditentukan berdasarkan kesepakatan antara emiten dan *underwriter* (peminjam emisi efek). Pada pasar sekunder harga saham terbentuk dari mekanisme pasar atau kekuatan permintaan dan penawaran atas saham tersebut. Setelah melalui pasar perdana dan pasar sekunder maka bisa diketahui apakah saham tersebut mengalami *underpricing* atau *overpricing*. Saham dikatakan *underpricing* apabila harga saham dipasar sekunder lebih tinggi dari pada harga saham saat penawaran perdana. Sedangkan saham dikatakan *overpricing* apabila harga di pasar sekunder lebih rendah dari pada saat di pasar perdana. Beatty dalam Kristiantari

(2013) mengatakan *underpricing* dan *overpricing* yang terjadi di pasar modal disebabkan karena adanya asimetri informasi.

Kuantitas penawaran saham (*offer*) merupakan jumlah saham yang ditawarkan perusahaan kepada masyarakat. Menurut Trisnawati dalam Putri dan Asandimitra (2014) menyatakan apabila semakin banyak jumlah saham yang dibeli investor, maka jumlah modal yang masuk untuk pendanaan perusahaan juga semakin tinggi.

Nilai penawaran saham merupakan skala penawaran saham saat IPO. Melalui IPO diharapkan akan menyebabkan membaiknya prospek perusahaan yang terjadi karena ekspansi atau investasi yang akan dilakukan atas hasil IPO (Ardiansyah, 2014)

Ukuran perusahaan (*size*) menunjukkan seberapa besar kekayaan atau total asset yang dimiliki perusahaan. Menurut Pangewanan dan Mamkiw dalam Santoso dan Wuryani (2013) ukuran perusahaan menunjukkan jumlah pengalaman dari kemampuan dan tingkat resiko dalam mengelola investasi yang diberikan untuk meningkatkan kemakmuran mereka. Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai total asset yang disajikan dalam naraca akhir tahun (Ardiansyah, 2004).

Ukuran perusahaan dapat dijadikan proksi tingkat ketiaktepastian saham. Perusahaan yang berskala besar cenderung lebih dikenal masyarakat sehingga informasi mengenai prospek perusahaan berskala besar lebih mudah diperoleh. Kejelasan informasi mengenai perusahaan akan meningkatkan penilaian perusahaan dan mengurangi ketidakpastian

Umur perusahaan (*age*) menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan. Menurut Putri dan Asandimitra (2014) menyatakan umur perusahaan

menggambarkan seberapa lama perusahaan tersebut berdiri sampai perusahaan tersebut mengikuti penawaran umum perdana. Umur perusahaan mencerminkan bahwa perusahaan tetap bertahan dan menjadi bukti bahwa perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil kesempatan bisnis yang ada di perekonomian (Chrysti, et al. dalam Putri dan Asandimitra, 2014).

Perusahaan yang telah lama berdiri dapat menyediakan informasi mengenai perusahaan lebih luas dari pada perusahaan yang baru berdiri. Maka dari itu mengurangi asimetri informasi dan memperkecil ketidakpastian pasar dan akhirnya mempengaruhi initial return.

Beberapa peneliti telah dilakukan untuk menguji pengaruh kuantitas penawaran saham terhadap initial return, ukuran perusahaan terhadap initial return dan umur perusahaan terhadap initial return. Penelitian Kurniawan (2017) menyatakan bahwa kuantitas penawaran saham berpengaruh positif signifikan terhadap initial return. Hasil penelitian Hermuningsih (2014) dan Islam et,al (2010) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap initial return. Hal ini didukung dari penelitian Trisnawati (1999) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap initial return. Penelitian Islam et, al (2010) dan Nuroh, Suhermin (2013) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap initial return. Hal ini didukung dari penelitian Durukan (2002), Carter et,al. (1998) dan Christy et,al (1996) yang menyatakan umur perusahaan berpengaruh positif terhadap initial return.

1.2 RUMUSAN MASALAH

1. Apakah kuantitas penawaran saham berpengaruh positif terhadap initial return 7 hari sesudah IPO ?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap initial return 7 hari sesudah IPO ?
3. Apakah umur perusahaan berpengaruh positif initial return 7 hari sesudah IPO ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui apakah kuantitas penawaran saham berpengaruh positif terhadap initial return 7 hari sesudah IPO.
2. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap initial return 7 hari sesudah IPO.
3. Untuk mengetahui apakah umur perusahaan berpengaruh positif terhadap initial return 7 hari sesudah IPO.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat penelitian yaitu :

1. Bagi investor

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam membuat keputusan untuk menginvestasikan dana di pasar modal agar diperoleh return secara optimal.

2. Bagi akademik

Penelitian ini bisa memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya manajemen keuangan tentang pengaruh kuantitas penawaran saham, ukuran perusahaan, umur perusahaan terhadap initial return.

3. Bagi peneliti

Sebagai perbandingan studi teoritis yang telah didapatkan dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.