BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis di Indonesia tidak bisa dipungkiri bahwa mengalami pertumbuhan yang pesat. Hal ini mengakibatkan kondisi persaingan pasar semakin ketat. Perusahaan akan berusaha memikirkan langkah strategi guna bertahan ditengah persaingan yang ketat, ada perusahaan yang mengalami kemunduran karena tidak mampu bersaing dan adapula perusahaan yang berkembang dan berkeinginan melakukan ekspansi. Perusahaan yang ingin berkembang akan memikirkan segala langkah strategi yang harus diambil dalam menghadapi iklim persaingan yang ketat, kebutuhan akan menambah modal demi mencapai pertumbungan dan perkembangan yang diinginkan perusahaan sehingga perusahaan membutuhkan modal yang besar.

Kebutuhan akan penambahan modal semakin besar seiring mengingat perkembangan pada perusahaan. Hal ini mendorong manajemen perusahaan dalam mengambil langkah yang harus dilakukan baik itu berasal dari dalam perusahaan dengan memaksimalkan penjualan barang maupun jasa ataupun dari luar perusahaan dengan mendatangkan modal baru hasil dari penerbitan saham perusahaan kepada publik dengan harapan banyak calon investor yang akan membeli saham perusahaan sehingga menambah modal baru bagi perusahaan.

Menurut Prima dan Ismawati (2018:34) menyatakan bahwa “Pasar modal sebagai lembaga perantara (*intermediaris*) merupakan penghubung

antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang mempunyai kelebihan dana. Kehadiran pasar modal memperkaya pilihan sumber dana perusahaan khususnya dana jangka panjang".

Salah satu alternatif yang efektif adalah dengan mendatangkan pendanaan dari luar melalui mekanisme penyertaan yang umumnya dilakukan dengan menjual saham perusahaan kepada publik atau sering dikenal dengan *go public* atau yang dikenal dengan istilah *initial public offering* (IPO).

Menurut Adler Haymnas (2013:1) mendefinisikan *Initial Public Offering* (IPO) sebagai berikut:

"Perusahaan dikatakan *go public* ketika perusahaan itu menjual penerbitan pertama sahamnya dalam penawaran umum kepada para investor. Penjualan saham pertama ini dikenal sebagai *Initial Public Offering.*"

Direktur penilaian Perusahaan Bursa Efek Indonesia (BEI) I Gede Nyoman Yetna menilai minat perusahaan untuk "*go public*" atau menjadi perusahaan terbukan melalui mekanisme penawaran umum perdana atau IPO masing tinggi di tengah wabah COVID-19. Berdasarkan laporan global *Ernst & Young*, Indonesia menempati posisi tertinggi dari sisi jumlah yag melakukan IPO di ASEAN sampai saat ini. Nyoman menuturkan, adapun pertimbangan perusahaan untuk tetap melaksanakan IPO salah satunya yaitu kebutuhan dana dari perusahaan untuk mengembangkan usaha (Sumber: antaranews.com, 8 April 2020).

Perusahaan dalam rangka mengembangkan usahanya dapat melakukan berbagai cara, diantaranya melakukan ekspansi. Untuk memenuhi kebutuhan

ekspansi diperlukan suatu dana yang tidak sedikit. Oleh karena itu, salah satu upaya perusahaan adalah melakukan penawaran sahamnya ke masyarakat umum, yang disebut *go public*. Perusahaan yang melakukan penerbitan saham disebut Emiten atau Investee. Sedangkan pembeli saham disebut Investor.

Dalam proses *go public*, sebelum saham diperdagangkan di bursa efek terlebih dahulu saham perusahaan yang akan *go public* dijual di pasar perdana (*Initial Public Offering*/ IPO). Harga saham yang dijual di pasar perdana (primary market) telah di tentukan terlebih dahulu atas kesepakatan antara emiten dengan penjamin emisi (*underwriter*), kesepakan yang terjadi antara emiten dengan penjamin emisi (*underwriter*) memiliki kepentingan yang berbeda (Hadi, 2019:65).

Pihak emiten mengharapkan harga jual yang tinggi dari sahamnya agar bisa memaksimalkan dana yang terkumpul pada saat proses *go public.* Sedangkan, harga saham yang tinggi mempengaruhi kepada respon atau minat investor untuk membeli saham yang ditawarkan. Bila harga saham terlalu tinggi maka minat investor rendah, kemungkinan yang terjadi saham yang ditawarkan akan sulit terjual. Hal tersebut berdampak bagi pihak penjamin emisi (*underwriter*) harus menanggung saham yang tidak laku terjual.

Disamping itu menurut Novianti dan Hakim (2019:19) menyatakan bahwa:

> Bila investor akan berinvestasi di pasar modal maka memerlukan pertimbangan - pertimbangan yang matang dengan informasi yang akurat dan sangat diperlukan untuk mengetahui sejauh mana eratnya hubungan variabel-variabel yang menjadi penyebab naik turunnya harga saham perusahaan yang akan dibeli di pasar modal.

Penawaran saham di pasar perdana merupakan salah satu masalah yang relevan untuk dikaji, karena pada umumnya IPO memberikan keuntungan berupa *abnormal return* bagi para investor atau sering disebut juga sebagai *initial return*.

Menurut Taufik Hidayat (2011:96) *initial Return* adalah sebagai berikut:

"*Initial Return* adalah *return* yang diperoleh dari mulai saat dibeli di pasar primer sampai pertama kali didaftarkan di pasar sekunder."

Fenomena dari terbitnya saham IPO memunculkan 2 kemungkinan yaitu fenomena *underpricing* dan *overpricing*, fenomena ini dikarenakan adanya asimetri informasi. Asimetri informasi dapat terjadi diantara emiten dan penjamin emisi (*underwriter),* maupun antara investor. Ketika harga saham pada saat IPO relatif lebih murah dibandingkan ketika harga saham masuk ke pasar sekunder, maka para investor akan memperoleh keuntungan yang relatif besar dari perusahaan yang mengalami *underpricing*, keuntungan inilah yang disebut *initial return*. Apabila harga saham perdana lebih tinggi dibandingkan harga saham ketika masuk ke pasar sekunder, maka situasi ini dinamakan *overpricing.* Keadaan ini justru menguntungkan bagi perusahaan sebab dana yang dikumpulkan saat IPO akan maksimal sehingga investor tidak dapat keuntungan dari *initial return.*

Menurut Retnowati (2013:183) menyatakan *underpricing* dan *overpricing* sebagai berikut:

"Kondisi *underpricing* merugikan untuk perusahaan yang melakukan *go public,* karena dana yang diperoleh dari publik tidak maksimal. Sebaliknya jika

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

Para pemilik perusahaan berupaya agar meminimalisirkan situasi *underpricing,* karena terjadinya *underpricing* akan menyebabkan keuntungan bagi investor. 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*. Disamping itu calon investor harus lebih teliti kembali dalam menentukan langkahnya membeli saham yang baru saja IPO, untuk menghindari kemungkinan terjadinya *overpricing* dan dikhawatirkan perusahaan akan berdampak kurang baik dimasa yang akan datang.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *initial return* diantaranya yaitu Ukuran Perusahaan. Ukuran Perusahaan Menurut Hartono (2015:254) dikemukakan sebagai berikut:

"Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva."

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 mengkategorikan ukuran perusahaan sebagai berikut; 1.) Kriteria usaha mikro memiliki kekayaan bersih maksimal 50 juta; 2.) Kriteria usaha kecil memiliki kekayaan bersih 50 juta sampai 500 juta; 3.) Kriteria usaha menengah memiliki kekayaan bersih 500 juta sampai 10 milyar. Perusahaan yang cenderung memiliki total kekayaan yang besar lebih dikenal oleh masyarakat sehingga informasi pun mengenai perusahaan dapat lebih mudah diperoleh, hal ini menjadi sinyal bahwa kecilnya tingkat resiko investasi perusahaan tersebut dalam jangka panjang. Rendahnya ketidakpastian perusahaan berskala besar cenderung menurunkan tingkat *initial return* yang akan diterima oleh investor akan semakin rendah.

Penelitian yang dilakukan oleh Wiguna dan Yadnyana (2015), serta Wei dan Marsidi (2019) menunjukan bahwa Ukuran Perusahaan mempunyai pengaruh negative secara signifikan terhadap *Initial Return*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Retnowati (2013) menunjukan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap *Initial Retun*.

Selain Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan salah satu faktor yang mempengaruhi *Initial Return.* Najab dan Nurhidayati (2016:91) mengemukakan bahwa Umur Perusahaan sebagai berikut:

"Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan dan menjadi bukti perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian."

Umur Perusahaan yang menunjukan bahwa seberapa lama perusahaan itu berdiri menjadi bukti bahwa perusahaan tersebut mampu bersaing dan dapat mengambil kesempatan bisnis dalam persaingan pasar. Namun, perusahaan yang baru saja berdiri masih jarang tersebar luas informasi perusahaan tersebut dan sulit diketahui masyarakat secara luas terutama investor. Informasi yang sulit didapatkan oleh investor membuat tingkat ketidakpastian perusahaan tersebut semakin besar. Sebaliknya, perusahaan yang sudah lama berdiri mampu menyediakan informasi yang lebih luas. Oleh karena itu, lama tidak nya perusahaan tersebut berdiri akan mempengaruhi tingkat ketidakpastian dimasa yang akan datang sehingga dapat mempengaruhi tingkat *initial return* yang didapat oleh investor.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Najab dan Nurhidayati (2016), Wei dan Marsidi (2019), Wiguna dan Yadnyana (2015), serta Rastiti dan Stephanus (2015) menyatakan bahwa Umur Perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *Initial Return*. Namun, Zhou dan Lao (2012) menunjukan hasil penelitian bahwa Umur Perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Initial Return*.

Selain Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan, adapun faktor Persentase Saham yang Ditawarkan yang mempengaruhi *initial return.*

Menurut Darpius, Agustin, dan Sari (2019:407) menyatakan bahwa:

> Besaran penawaran saham merupakan banyak jumlah saham yang ditawarkan oleh perusahaan kepada publik. Hal tersebut mengindikasikan seberapa besar porsi kepemilikan yang akan dikuasai oleh publik. Semakin besar saham yang ditawarkan kepada publik maka akan semakin sedikit informasi perusahaan yang bersifat privasi.

Ketika perusahaan hendak akan *go pulic* maka perusahaan tersebut akan melepaskan atau menjual beberapa saham yang sebelumnya saham tersebut dimiliki pemilik saham yang lama. Besar nya Persentase Saham yang Ditawarkan oleh perusahaan dinilai dapat memberikan pengaruh terhadap ketidakpastian perusahaan tersebut dimasa yang akan datang. Jika Persentase Saham yang Ditawarkan besar maka hal tersebut akan membuat sedikit informasi perusahaan tersebut yang bersifat privasi. Dengan begitu pula investor akan mendapat informasi tentang perusahaan sehingga akan mengurangi ketidakpastian kepada perusahan tersebut dan akan mempengaruhi *initial return* yang akan diterima oleh investor.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Darpius, Agustin, dan Sari (2019) menunjukan Persentase Saham yang Ditawarkan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *Initial Return*. Wulandari (2014), Sudjiman, Disman, dan Dewi (2019), serta Rastiti dan Stephanus (2015) menyatakan bahwa Persentase Saham yang Ditawarkan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Initial Return*. Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Retnowati menyatakan bahwa Persentase Saham yang Ditawarkan berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Initial Return.*

Berikut ini gambaran fenomena tabel perusahaan yang melakukan IPO yang terdaftar di BEI periode 2015-2019.

Tabel 1.1

Data Perusahaan yang melakukan IPO di BEI

Periode 2015 - 2019.

No.	Tahun IPO	Kode Perusahaan	Nama Emiten	Ukuran Perusahaan (LN: Logaritma Natural) (Data 1 Thn Sebelum IPO)	Umur Perusahaan (Tahunan)	Persentase saham yang Ditawarkan (%)	*Initial Return* (%)	Keterangan
1	**2015**	**BIKA**	**Binakarya Jaya Abadi Tbk**	↑ 28.18	8	25.33	↑ 50%	*Underpricing*
2		ATIC	Anabatic Technologies Tbk	28.31	14	↓ 20	↓ 4%	*Underpricing*
3		MKNT	Mitra Komunikasi Nusantara Tbk	25.62	7	20	70%	*Underpricing*
4		DPUM	Dua Putra Utama Makmur Tbk	26.46	3	↑ 40.12	↑ 50%	*Underpricing*
5		KINO	PT Kino Indonesia Tbk	28.25	16	↓ 16	↓ 1%	*Underpricing*
6		AMIN	Ateliers Mecaniques D Indonesia Tbk	25.88	43	↓ 22.22	↓ -3%	*Overpricing*
7		BOLT	Garuda Metalindo Tbk	↑ 27.54	↑ 33	20	↑ 50%	*Underpricing*
8		BBYB	Bank Yudha Bhakti Tbk	↑ 28.62	↑ 26	12.05	↑ 70%	*Underpricing*
9		MMLP	Mega Manunggal Property Tbk	↑ 28.39	5	30	↑ 50%	*Underpricing*
10		DMAS	Puradella Lestari Tbk	29.66	22	↓ 10	↓ 4%	*Underpricing*
11		PPRO	PP Properti Tbk	28.64	↓ 2	34,98	↓ 12%	*Underpricing*
12		KOPI	Mitra Energi Persada Tbk	28.40	20	18	49%	*Underpricing*
13	**2016**	**BGTG**	**Bank Ganesha Tbk**	28.31	26	49	-9%	*Overpricing*
14		WSBP	Waskita Beton Precast Tbk	29.10	↓ 2	40	↓ 10%	*Underpricing*
15		AGII	Aneka Gas Industri Tbk	29.23	111	25	5%	*Underpricing*
16		BOGA	Bintang Oto Global Tbk	25.84	5	↑ 47	↑ 70%	*Underpricing*
17		PRDA	Prodia Widyahusada Tbk	27.08	28	↓ 20	↓ 2%	*Underpricing*
18		ARTO	Bank Artos Indonesia Tbk	27.34	↑ 24	20	↑ 31%	*Underpricing*
19		PBSA	Paramita Bangun Sarana Tbk	27,35	14	↓ 20	↓ 5%	*Underpricing*
20		MARI	Mahaka Radio Integra Tbk	25,86	10	↓ 20	↓ 3%	*Underpricing*
21		OASA	Protech Mitra Perkasa Tbk	23,39	10	↑ 44,62	↑ 69%	*Underpricing*
22		JGLE	Graha Andrasentra Propertindo Tbk	23,84	28	10,19	24%	*Underpricing*
23		DAYA	Duta Intidaya Tbk	25,57	11	23	5%	*Underpricing*
24		MTRA	Mitra Pemuda Tbk	25,90	36	22,08	16%	*Underpricing*
25	**2017**	**MINA**	**Sanurhasta Mitra Tbk**	↑ 25.49	↑ 24	20	↑ 70%	*Underpricing*

26		FORZ	Forza Land Indonesia Tbk	26.78	5	20	50%	*Underpricing*
27		CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	26.86	29	20	70%	*Underpricing*
28		GMFI	Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk	29.41	15	10	-9%	*Overpricing*
29		PPRE	PP Presisi Tbk	27.70	13	23	-5%	*Overpricing*
30		PORT	Nusantara Pelabuhan Handal Tbk	21.44	14	20.5	7%	*Underpricing*
31		KIOS	Kioson Komersial Indonesia Tbk	24,30	2	23,08	50%	*Underpricing*
32		BELL	Trisula Textile Industries Tbk	26,68	46	20,69	19%	*Underpricing*
33		NASA	Ayana Land Internasional Tbk	27,52	3	27,27	70%	*Underpricing*
34		MARK	Mark Dynamics Indonesia Tbk	25,86	15	21,05	50%	*Underpricing*
35		MPOW	Megapower Makmur Tbk	26,58	10	30	70%	*Underpricing*
36		MABA	Marga Abhinaya Abadi Tbk	28,45	8	8	70%	*Underpricing*
37	**2018**	**HEAL**	**Medikaloka Hermina Tbk**	28.84	19	12	-14%	*Overpricing*
38		TRUK	Guna Timur Raya Tbk	24.80	38	34	50%	*Underpricing*
39		BRIS	Bank BRISyariah Tbk	31.08	49	27.27	7%	*Underpricing*
40		SWAT	Sriwahana Adityakarta Tbk	26.75	28	22	70%	*Underpricing*
41		MDKI	PT Emdeki Utama Tbk.	27.49	37	17	-40%	*Overpricing*
42		CAKK	Cahayaputra Asa Keramik Tbk	26.25	23	24.93	-36%	*Overpricing*
43		PANI	Pratama Abadi Nusa Industri	25,06	18	36,59	69%	*Underpricing*
44		DIGI	Arkadia Digital Media Tbk	23,50	6	46,15	70%	*Underpricing*
45		MOLI	Madusari Murni Indah Tbk	28,05	59	15,03	50%	*Underpricing*
46		LAND	Trimitra Propertindo	26,73	6	27,69	50%	*Underpricing*
47		ANDI	Andira Agro Tbk	26,90	23	26,74	70%	*Underpricing*
48		FILM	MD Pictures Tbk	26,03	16	13,75	50%	*Underpricing*
49	**2019**	**KEJU**	**Mulia Boga Raya Tbk**	27.01	13	7	50%	*Underpricing*
50		REAL	Repower Asia Indonesia Tbk	24.68	8	38	70%	*Underpricing*
51		IPTV	MNC Vision Networks Tbk	29.84	13	10	-2%	*Overpricing*
52		BLUE	Berkah Prima Perkasa Tbk	25.00	5	40.19	69%	*Underpricing*
53		NATO	Nusantara Properti Internasional Tbk	27.16	4	25	70%	*Underpricing*
54		BEEF	Estika Tata Tiara Tbk	27.06	18	20	14%	*Underpricing*
55		PSGO	Palma Serasih Tbk	28,84	11	15,12	70%	*Underpricing*
56		TEBE	Dana Brata Luhur Tbk	27,52	11	2,72	50%	*Underpricing*

57		ESIP	Sinergi Inti Plastindo Tbk	24,43	↑ 18	29,69	↑ 69%	*Underpricing*
58		SINI	Singaraja Putra Tbk	25,90	↑ 14	38,89	↑ 69%	*Underpricing*
59		WOWS	Ginting Jaya Energi Tbk	26,83	8	30,29	2%	*Underpricing*
60		DMMX	Digital Mediatama Maxima Tbk	24,24	4	35,00	17%	*Underpricing*

Sumber: idx.co.id, e-bursa.com, idnfinancials.com
(Data yang sudah diolah)

: Gap Empiris, Fenomena X1-Y

: Gap Empiris, Fenomena X2-Y

: Gap Empiris, Fenomena X3-Y

: Penurunan Harga Saham dari IPO

: Tingkat *Initial Return* mengalami tingkat yang tinggi dan juga rendah

↑ : Menunjukan Ukuran Perusahaan besar, Umur Perusahaan yang Lama/Tua, dan Persentase Saham yang Ditawarkan besar

↓ : Menunjukan Ukuran Perusahaan kecil, Umur Perusahaan yang baru berdiri/muda, dan Persentase Saham yang Ditawarkan kecil

Dari data diatas dapat dilihat bahwa dari 60 perusahaan yang penulis ambil untuk olah data yang melakukan *go public* di Bursa Efek Indonesia terdapat 52 perusahaan yang mengalami *underpricing*, 8 mengalami *overpricing* selama rentang waktu 2015-2019. Dapat dilihat bahwa rata-rata perusahaan diatas digolongkan kedalam perusahaan yang besar, secara teori perusahaan yang berskala besar memiliki kelengkapan informasi mengenai kondisi perusahaan lebih lengkap dari pada perusahaan berskala kecil. Dengan memiliki informasi yang lebih banyak maka investor akan memiliki banyak informasi yang akan menjadi dasar pengambilan keputusan untuk berinvestasi.

Perusahaan besar memiliki informasi yang banyak pula yg dapat dijadikan pertimbangan investor untuk melakukan investasi. Sehingga tingkat *underpricing* rendah dan *Initial Return* saham juga rendah (Wiguna dan Yadnyana, 2015:941).

Dalam fenomena yang kedua terdapat perusahaan yang terbilang usianya cukup lama. Kelima perusahaan tersebut walaupun terbilang usia yang cukup lama berdiri, perusahaan tersebut tidak mampu mengurangi tingkat *initial return* (*underpricing*). Dalam teori dikatakan bahwa umur perusahaan yang cenderung lama memilki informasi mengenai perusahaan tersebut dengan dapat mudah didapatkan oleh investor dan mempunyai tingkat pengalaman yang dimilikinya dalam menghadapi persaingan dalam waktu yang lama. Dengan demikian akan mengurangi asimetri informasi dan mengurangi ketidakpastian. Sehingga semakin lama umur perusahaan maka nilai *Initial Return* semakin kecil (Najab dan Nurhidayati 2016:97).

Dalam fenomena yang ketiga terdapat perusahaan yang memberikan persentase saham kepada publik yang besar, namun tidak mampu mengurangi tingkat *Initial Return* (*underpricing*). Secara teori Perusahaan yang hendak IPO akan menjual sebagian sahamnya, jika semakin besar persentase saham yang ditawarkan kepada publik akan semakin sedikit informasi perusahaan yang bersifat privasi. Dengan demikian investor akan mudah mendapatkan informasi perusahaan tersebut. Implikasinya dapat disimpulkan jika semakin besar persentase penawaran saham yang ditawarkan kepada publik akan berdampak

pada semakin kecilnya *Initial Return* (*underpricing*) yang terjadi pada perusahaan tersebut (Darpius, Agustin, dan Sari, 2019:407).

Penulis menemukan berita yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, dan Pesentase Saham yang Ditawarkan yang menjadikan faktor pertimbangan calon investor untuk membeli saham:

Kepala Riset Koneksi Kapital Indonesia Marolop Alfred Nainggolan mengatakan, ada beberapa aspek yang harus diperhatikan oleh investor apabila ingin berinvestasi pada saham calon perusahaan yang akan menggelar *Initial Public Offering* (IPO).

Pertama, adalah ukuran dari perusahaan yang bersangkutan. Alfred mengatakan, ukuran perusahaan akan mempengaruhi faktor-faktor kinerja likuiditas sahamnya. Namun, sepanjang tahun 2019 mayoritas emiten yang melantai di BEI adalah emiten dengan emisi kecil. Sehingga, Alfred menilai mereka tidak membutuhkan pendanaan yang begitu banyak. (Sumber: investasi.kontan.co.id, 03 Desember 2019)

kesimpulan dari berita ini menjelaskan bahwa Ukuran Perusahaan menjadi sebuah aspek yang harus diperhatikan oleh investor artinya seorang investor harus memilih perusahaan yang berskala besar untuk menanamkan modal. Hal tersebut menjadi sinyal yang baik bagi perusahaan yang berskala besar karena semakin besar Ukuran Perusahaan dapat mempengaruhi faktor likuiditas saham menjadi semakin baik. Dengan demikian calon investor akan yakin untuk menanamkan modal di perusahaam yang memiliki skala ukuran besar dan *Initial Return* yang didapatkan investor akan kecil.

PT Sido Muncul memastikan penawaran umum saham perdana *(initial public offering/IPO)* akan digelar bulan ini. Dengan demikian, Sido Muncul akan menjadi perusahaan jamu pertama yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sesuai rencana, saham yang akan dilepas ke publik berjumlah maksimal 20 persen dari total modal disetor.

Sementara PT Kresna Graha Securindo dan PT Mandiri Sekuritas akan bertindak sebagai penjamin emisi *(underwriter)* Sido Muncul. Lebih jauh, Irwan mengatakan, perseroan optimistis IPO perusahaan yang telah berdiri sejak 1940 tersebut akan direspons positif kalangan investor (Sumber: beritasatu.com, 13 November 2013).

Dari berita PT Sido Muncul diatas dapat disimpulkan bahwa perusahan yang telah lama berdiri dapat dikenal oleh masyarakat luas, Umur Perusahaan yang telah lama sejak berdiri menjadikan perusahaan tersebut memiliki banyak pengalaman dalam menghadapi persaingan pasar dari waktu ke waktu. Hal ini menjadi sinyal yang baik untuk direspon positif oleh calon investor, sehingga menambah keyakinan bagi investor untuk menanamkan modal dan tingkat *Initial Return* yang diperoleh investor semakin kecil. Salah satu contoh perusahaan dengan kode AGII yang telah lama berdiri 111 tahun mampu memperkecil nilai *Initial Return* sebesar 5%.

Direktur Utama Reliance Sekuritas Indonesia (RELI), Anita, mengatakan, sebelum investor berburu saham IPO, perhatikan betul-betul

bagaimana historis perusahaan tersebut. Apakah dari sisi fundamental, terutama sisi kinerja, benar-benar kuat sehingga memiliki prospek bisnis sangat baik di masa depan.

Juga, mengamati betul, apakah harga saham yang ditawarkan itu wajar alias tidak *overprice*. Sebelum IPO, biasanya akan dihitung dahulu berapa harga wajar saham perusahaan tersebut. Ini dilihat dari kinerja historikal dan prospek ke depan.

Anita menambahkan, hal lain yang juga perlu diamati, berapa banyak porsi saham yang akan dilepas. Jika saham yang dilepas porsinya sedikit, bisa jadi saham ini tidak likuid. Lain halnya jika porsi saham yang ditawarkan besar. Biasanya kalangan pemodal lebih suka saham seperti ini karena likuiditasnya tinggi. (Sumber: tribunnews.com, 23 Mei 2018)

Dari berita diatas menunjukan porsi saham yang dilepas atau persentase saham yang ditawarkan dalam jumlah yang besar, maka akan membuat suatu saham perusahaan menjadi likuid, hal ini akan mengurangi ketidakpastian bagi perusahaan sehingga akan memperkecil tingkat *Initial Return.* Salah satu contoh perusahaan dengan kode WSBP memberikan persentase saham kepada publik sebesar 40% sehingga mampu mengurangi tingkat *Initial Return* sebesar 10%.

Penelitian mengenai tingkat *Initial Return* dihubungkan dengan informasi keuangan dan non keuangan pada prospektus merupakan hal yang menarik bagi peneliti keuangan untuk mengevaluasi secara empiris perilaku investor dalam pembuatan keputusan investasi di pasar modal. Berdasarkan

pemaparan latar belakang penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Persentase Saham yang Ditawarkan terhadap *Initial Return* Perusahaan pada saat melakukan IPO yang Terdaftar di BEI Periode 2015 – 2019**".

1.2 Identifikasi Masalah Dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas belakang masalah maka penulis mengidentifikasi masalah tersebut diantaranya.

1. Penetapan harga perdana suatu saham perusahaan atau *offering price* untuk pertama kali nya yang akan ditawarkan ke publik merupakan hal yang tidak mudah. Dalam rentang waktu 2015-2019 banyak perusahaan yang mengalami *underpricing* yang tinggi menjadi suatu permasalahan bagi perusahaan.
2. Pada tahun 2015, 2016, 2017, dan 2019 terdapat beberapa perusahaan yang mengalami *underpricing* diatas nilai 50% disebabkan karena usia perusahaan yang terbilang sangat muda. Hal ini tentu menjadi permasalahan bagi perusahaan.
3. Peristiwa perusahaan yang mengalami *overpricing* terbanyak terjadi pada tahun 2018 sebanyak 3 perusahaan yang disebabkan karena ukuran perusahaan yang besar dan usia perusahaan yang sudah lama berdiri, sehingga mampu mengatasi dengan tidak terjadi nya *underpricing.* Hal ini membuat investor merugi karena tidak mendapatkan keuntungan dari *initial return*.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perkembangan Ukuran Perusahaan pada saat melakukan IPO yang Terdaftar di BEI Periode 2015 - 2019
2. Bagaimana kondisi Umur Perusahaan pada saat melakukan IPO yang Terdaftar di BEI Periode 2015 - 2019
3. Bagaimana kondisi Persentase Saham yang Ditawarkan perusahaan pada saat melakukan IPO yang Terdaftar di BEI Periode 2015 - 2019
4. Bagaimana kondisi *Initial Return* perusahaan pada saat melakukan IPO yang Terdaftar di BEI Periode 2015 - 2019
5. Bagaimana perkembangan pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Persentase Saham yang Ditawarkan *terhadap Initial Return* Perusahaan pada saat melakukan IPO yang Terdaftar di BEI Periode 2015 - 2019

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap perusahaan yang diteliti serta untuk mendapatkan informasi tentang data yang relevan berkenaan dengan penelitian tersebut.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perkembangan Ukuran Perusahaan pada saat melakukan IPO yang Terdaftar di BEI Periode 2015 - 2019
2. Untuk mengetahui kondisi Umur Perusahaan pada saat melakukan IPO yang Terdaftar di BEI Periode 2015 - 2019

3. Untuk mengetahui kondisi Persentase Saham yang Ditawarkan perusahaan pada saat melakukan IPO yang Terdaftar di BEI Periode 2015 - 2019
4. Untuk mengetahui kondisi *Initial Return* perusahaan pada saat melakukan IPO yang Terdaftar di BEI Periode 2015 - 2019
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Persentase Saham yang Ditawarkan *terhadap Initial Return* Perusahaan pada saat melakukan IPO yang Terdaftar di BEI Periode 2015 - 2019

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

   Dari hasil penelitian ini diharapkan emiten/calon emiten mendapat pengetahuan yang bermanfaat dalam menentukan harga yang tepat dalam penawaran saham perdana, sehingga perusahaan akan memperoleh sejumlah modal dengan biaya yang relatif murah. Dengan demikian investasi (ekspansi) yang akan dilakukan dengan menggunakan dana dari masyarakat melalui penawaran umum tersebut akan lebih menguntungkan.

2. Bagi Investor

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi mengenai hal-hal yang berpengaruh secara signifikan terhadap initial return yang diterima saat IPO, sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi di saham perdana.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Perkembangan Ilmu Manajemen

   Penelitian ini diharapakan dapat dijadikan sebagai pembanding ilmu manajemen keuangan yang diperoleh dibangku kuliah dengan keadaan yang terjadi dilapangan sehingga dengan adanya pembanding tersebut akan dapat memajukan ilmu manajemen keuangan yang sudah ada untuk diterapkan dalam lapangan yang sesungguhnya.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bagi para peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis pada masa yang akan datang.

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) sebanyak 60 perusahaan yang penulis ambil selama perioder 2015-2019 diantaranya: BIKA, ATIC, MKNT, DPUM, KINO, AMIN, BOLT, MDKA, MMLP, DMAS, PPRO, KOPI, BGTG, WSBP, AGII, BOGA, PRDA, ARTO, PBSA, MARI, OASA, JGLE, DAYA, MTRA, MINA, FORZ, CLEO, GMFI, PPRE, PORT, KIOS, BELL, NASA MARK, MPOW, MABA, HEAL, TRUK, BRIS, SWAT, MDKI, CAKK, PANI, DIGI, MOLI, LAND, ANDI, FILM, KEJU, REAL, IPTV, BLUE, NATO, BEEF, PSGO, TEBE, ESIP, SINI, WOWS, dan DMMX. Dengan

memperoleh data sekunder yaitu data laporan keuangan melalui PT. Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan Website: *www.idx.co.id*.

1.5.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.2
Jadwal Kegiatan Penelitian

No.	Uraian	Waktu kegiatan																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Survey Tempat Penelitian																								
2.	Melakukan Penelitian																								
3.	Mencari Data																								
4.	Membuat Proposal																								
5.	Seminar																								
6.	Revisi																								
7.	Penelitian Lapangan																								
8.	Bimbingan																								
9.	Sidang																								