

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada tahun 2020, terdapat 51 perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO), mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 2019 dan 2018 yang mencatatkan masing-masing 55 perusahaan yang melaksanakan IPO (Pahlevi, 2021). Meskipun demikian, menurut catatan dari Bloomberg, Indonesia berhasil mencatatkan diri sebagai negara dengan jumlah penawaran saham perdana atau IPO terbanyak selama pandemi Covid-19 di kawasan Asia Tenggara (ASEAN). Data dari Bloomberg menyebutkan bahwa dari Januari hingga September 2020, Indonesia mencatatkan 46 IPO dan berpotensi untuk menjadi negara dengan jumlah IPO terbanyak di antara bursa saham di Asia Tenggara pada tahun tersebut (Akbar, 2020). Selain itu, terdapat tren peningkatan oleh perusahaan emiten dalam melakukan penawaran umum saham atau IPO setelah pandemi Covid-19. Hingga tanggal 13 September 2023, sebanyak 66 emiten telah melantai di Bursa Efek Indonesia (Hendrayana, 2023). Fakta ini mencerminkan bahwa jumlah IPO di Indonesia terus meningkat sepanjang periode pandemi Covid-19 dan pasca pandemi.

Peningkatan jumlah perusahaan yang memilih untuk *go-public* di Indonesia setelah pandemi Covid-19 diduga berkaitan dengan kebutuhan dana yang signifikan untuk mendukung operasional dan pengembangan bisnis. Pemenuhan kebutuhan dana tersebut dapat dilakukan melalui modal internal atau modal eksternal. Modal internal dapat diperoleh melalui penggunaan laba ditahan atau menerbitkan saham, sementara modal eksternal dapat diperoleh melalui penerbitan utang kepada kreditur. Menurut Hanafi (2021:217), perusahaan yang memutuskan untuk *go-public* dan menjual sahamnya kepada publik akan melibatkan dua pasar, yaitu pasar perdana dan pasar sekunder. Proses *go-public* umumnya melibatkan penawaran saham kepada masyarakat melewati pasar perdagangan perdana, yang dikenal sebagai *Initial Public Offering* (IPO). IPO merupakan penawaran perdana saham perusahaan yang pertama kali dilakukan di pasar (Jogiyanto, 2017:36). Saat IPO, harga saham dapat mengalami *underpricing* atau *overpricing* dibandingkan dengan

harga pasar saat diperdagangkan di pasar sekunder pada hari pertama. *Underpricing* dapat muncul karena adanya kendala mendasar yang timbul akibat ketidakpastian dalam kondisi ekonomi mikro dan ketidakseimbangan informasi antara perusahaan yang menerbitkan saham (emiten) dan investor. Sementara itu, *overpricing* dapat disebabkan oleh fluktuasi harga atau ketidakpastian saham di pasar perdana, yang sering kali terjadi akibat asimetri informasi dalam pertukaran informasi antara investor dan perusahaan, terutama di pasar perdana (Albert, 2023). Teori asimetri informasi menyatakan bahwa terdapat perbedaan informasi antara pihak-pihak yang terlibat dengan perusahaan, dimana mereka tidak memiliki pengetahuan yang seragam mengenai masa depan dan risiko yang dihadapi oleh perusahaan (Hanafi, 2021:217). Asimetri informasi dapat menyebabkan investor kehilangan peluang untuk mendapatkan keuntungan yang seharusnya investor dapatkan. Dalam hal ini menjelaskan ketika investor tidak memiliki akses ke informasi yang relevan tentang harga aset atau saham yang ditawarkan, kemungkinan investor tidak dapat membeli saham dengan harga yang sesuai, sehingga kehilangan peluang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Hal ini ditegaskan oleh Akerlof (2001) dalam Asri (2023:119) bahwa ketidakseimbangan informasi diasumsikan terjadi antara manajer dan pemegang saham. Karena ketidakseimbangan informasi yang tinggi antara perusahaan emiten dan investor dapat mengakibatkan harga saham di pasar penawaran lebih murah sehingga terjadi *underpricing*. Penelitian Ilbasmys (2023) menemukan bahwa volume perdagangan saham, umur perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing* IPO, bahwasannya faktor ketidakpastian berpengaruh terhadap *underpricing* walaupun negatif, sehingga penelitian ini merujuk pada penelitian Ilbasmys (2023) bahwa *underpricing* dipengaruhi oleh faktor ketidakpastian selama proses IPO, yaitu volume perdagangan saham dan faktor karakteristik perusahaan yang terdiri dari umur perusahaan dan ukuran perusahaan.

Faktor utama yang memengaruhi *underpricing* IPO adalah volume perdagangan saham. Menurut Putra (2022:3), volume perdagangan saham dapat diartikan sebagai instrumen ini berasal dari membandingkan volume perdagangan saham dengan volume saham yang beredar. Tingkat perdagangan saham yang

tinggi mencerminkan popularitas saham di kalangan investor, menunjukkan bahwa saham tersebut diperdagangkan dengan cepat. Permintaan yang tinggi terhadap pembelian saham mencerminkan keyakinan investor akan potensi keuntungan optimal, dan ini dapat mengurangi tingkat asimetri informasi. Sebaliknya, ketika informasi yang relevan diungkapkan atau lebih tersedia, volume perdagangan saham dapat mengalami peningkatan. Pelaku pasar yang sebelumnya menahan diri mungkin menjadi lebih aktif dalam bertransaksi karena mereka memiliki akses atau pemahaman yang lebih baik terhadap informasi yang baru muncul. Di sisi lain, investor yang merasa kurang informasi juga dapat melakukan perdagangan untuk mencari peluang atau mengelola risiko. Hal ini dapat menyebabkan tingginya tingkat ketidakseimbangan informasi. Asumsinya, semakin besar jumlah saham yang diperdagangkan pada sekuritas yang melakukan penawaran perdana saham (IPO), semakin rendah terjadinya *underpricing*. Pendapat ini diperkuat oleh hasil penelitian seperti yang dilakukan oleh Ilbasmys (2023) dan Ariyani (2023), yang menjelaskan bahwa volume perdagangan saham memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing*.

Selain volume perdagangan saham, umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap *underpricing*. Menurut Ernayani (2022:129) perusahaan yang telah berdiri pada jangka waktu yang lama cenderung memiliki pengalaman. Semakin tua umur perusahaan, semakin melimpah informasi yang telah diperoleh oleh masyarakat mengenai perusahaan tersebut. Perusahaan yang telah berjalan dalam waktu yang lama, memiliki kemampuan bersaing dengan perusahaan lain, dan memiliki pengalaman dapat meminimalkan ketidakseimbangan informasi antara perusahaan dan investor. Hal ini dapat mengurangi tingkat ketidakpastian, sehingga investor dapat lebih percaya terhadap prospek masa depan perusahaan dan informasinya dapat diakses dengan lebih mudah. Informasi ini memberikan indikasi bahwa pengurangan ketidakpastian dapat berkontribusi dalam mengurangi tingkat *underpricing*, sehingga investor lebih percaya terhadap potensi masa depan perusahaan. Asumsinya, semakin tua umur perusahaan, semakin rendah tingkat *underpricing*. Pemahaman ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Kurnia, Widaryanti, dan Latifah (2022); Agustina dan Yousida

(2021); Sulistiawati, Murtatik, dan Pangestuti (2021); Hadi (2019), yang menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing*.

Selain dari umur perusahaan, ukuran perusahaan juga memengaruhi tingkat *underpricing*. Jogiyanto (2017:705) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai besarnya suatu perusahaan, diukur menggunakan nilai total aktiva, penjualan bersih, atau nilai ekuitas. Total aset mencerminkan nilai kekayaan perusahaan dan memungkinkan investor memiliki keyakinan terhadap prospek masa depan perusahaan yang besar. Hal ini karena ukuran perusahaan yang besar mencerminkan kekayaan yang sebanding dan mengurangi ketidakpastian terkait prospek jangka panjang perusahaan. Informasi ini dapat lebih jelas dipahami dan diketahui dengan mudah oleh investor. Sebaliknya, perusahaan kecil mungkin memiliki sumber daya yang terbatas untuk mengumpulkan dan menyediakan informasi yang relevan kepada calon investor. Hal ini dapat menciptakan asimetri informasi, karena investor mungkin memiliki akses yang lebih terbatas dan pemahaman yang kurang terhadap informasi yang memadai tentang prospek jangka panjang perusahaan kecil. Akibatnya, investor cenderung kurang mampu menilai dengan benar terhadap nilai saham, yang dapat memicu terjadinya *underpricing*. Oleh karena itu, perusahaan berskala kecil lebih rentan terhadap *underpricing*. Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Ilbasmys (2023), Kurnia, Widaryanti, dan Latifah (2022), Isynuwardhana dan Febryan (2022), Sulistiawati, Murtatik, dan Pangestuti (2021), Hadi (2019), serta Kuncoro dan Suryaputri (2019), yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan dan bersifat negatif terhadap *underpricing*. **Pengaruh Volume Perdagangan Saham, Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan Terhadap *Underpricing* Perusahaan IPO Di BEI Periode 2020-2023.**

1.2. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan, maka rumusan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah volume perdagangan saham berpengaruh secara signifikan negatif terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di BEI periode 2020-2023?
- b. Apakah umur perusahaan berpengaruh secara signifikan negatif terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di BEI periode 2020-2023?
- c. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan negatif terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di BEI periode 2020-2023?

1.3. Tujuan Masalah

- a. Menguji signifikansi pengaruh negatif volume perdagangan saham terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di BEI periode 2020 – 2023.
- b. Menguji signifikansi pengaruh negatif umur perusahaan terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di BEI periode 2020 – 2023.
- c. Menguji signifikansi pengaruh negatif ukuran perusahaan terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di BEI periode 2020 – 2023.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Praktis :

Temuan pada penelitian ini dapat menyediakan informasi mengenai faktor yang memengaruhi *underpricing*. Dengan informasi ini, juga bermanfaat bagi para investor pada saat melakukan prediksi dan pertimbangan keputusan terkait harga saham di masa mendatang. Investor dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk membuat keputusan investasi yang lebih baik, terutama saat membeli saham baru, dengan tujuan untuk mencapai laba sesuai dengan harapan mereka.

- b. Manfaat Akademis :

Penemuan dalam penelitian ini diharapkan bisa memberikan pedoman terkait fenomena *underpricing* saat *Initial Public Offering* (IPO). Informasi ini diinginkan Masyarakat agar menjadi pertimbangan bagi para investor, dapat digunakan sebagai panduan dalam penelitian lanjutan, dan menjadi sumber literatur bagi pembaca umum atau kalangan yang berkepentingan.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang menyeluruh terhadap konten penelitian ini maka penulisan ini terbagi ke dalam lima bab sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan mengenai latar belakang dipilihnya judul, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan mengenai landasan teori yang relevan dengan penelitian, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, serta model penelitian/kerangka konseptual.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan mengenai desain penelitian, definisi operasional, pengukuran variabel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, metode pengumpulan data, dan analisis data.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan mengenai gambaran umum perusahaan, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji statistik deskriptif, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, kemudian dilanjutkan analisis linear berganda, uji t dan uji koefisien determinasi.

BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab ini memaparkan mengenai kesimpulan yang diambil dari hasil dan pembahasan penelitian yang sudah terlaksana, dan saran yang diberikan oleh peneliti mengenai penelitian ini.