BAB 1

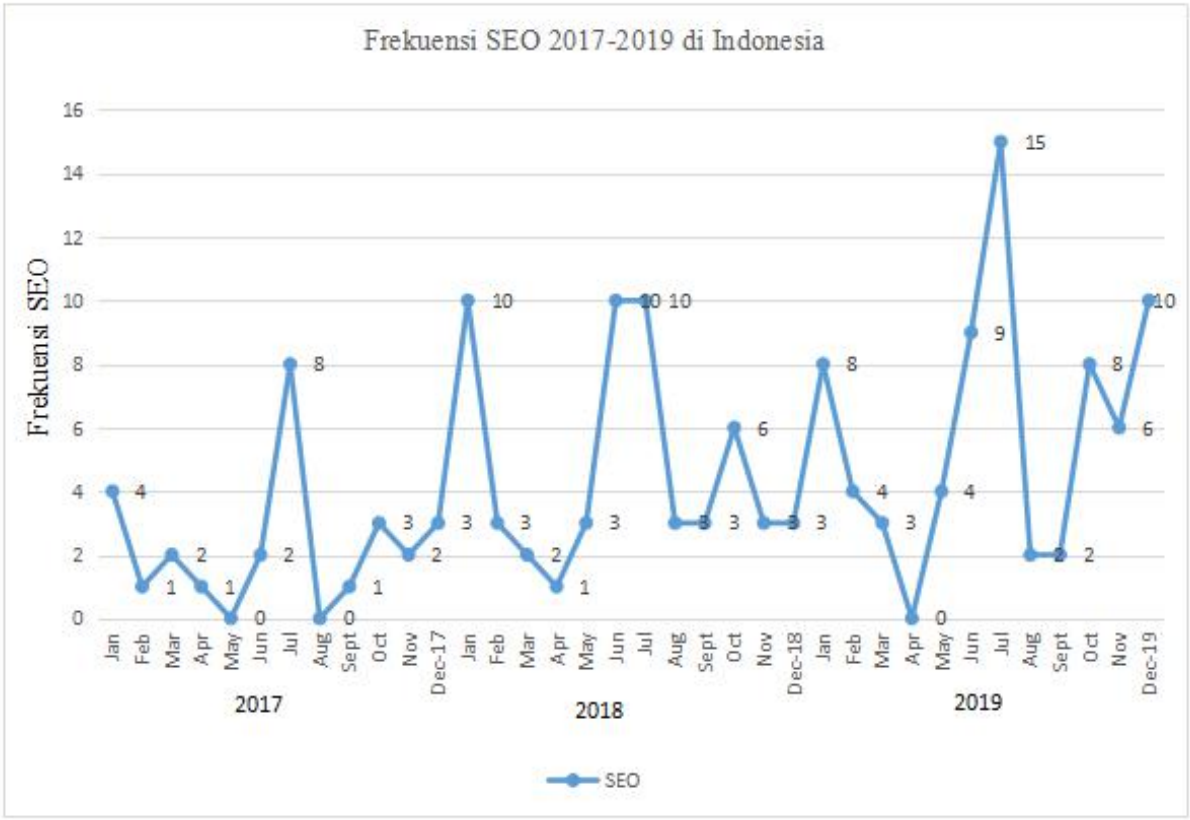
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar modal merupakan sarana yang menghubungkan antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana. Perusahaan dapat memeroleh dana dengan melakukan *initial public offering (IPO)* atau *seasoned equity offerings (SEO). Initial public offering (IPO)* adalah penawaran saham yang dilakukan perusahaan untuk pertama kali kepada publik, sedangkan *SEO* merupakan penawaran saham baru dilakukan oleh perusahaan yang telah *go public*.

Perkembangan *SEO* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan Indonesia dalam kurun waktu Januari 2017 - Desember 2019 tampak pada Grafik 1. Ada sebanyak 155 kali perusahaan-perusahaan di Indonesia melakukan *seasoned equity offerings* baik melalui hak memesan efek terlebih dahulu (HMETD), tanpa HMETD, dan waran. Berdasarkan Grafik 1, menunjukkan bahwa frekuensi *SEO* tiap bulan dalam kurun waktu 2017-2019 mengalami fluktuasi dengan tren meningkat hingga bulan Juli 2019, dan mengalami penurunan pada bulan Agustus, tetapi meningkat lagi hingga bulan Desember 2019. Perusahaan yang melakukan *seasoned equity offerings,* dapat menghimpun dana eksternal yang berasal dari publik untuk membiayai investasi. Semakin banyak perusahaan yang melakukan *SEO* akan berdampak pada jumlah saham yang beredar, sehingga semakin banyak

pilihan bagi para investor dan dapat memengaruhi likuiditas saham masing-masing perusahaan.



Grafik 1 Frekuensi *SEO* Periode 2017-2019 (Source: BEI, KSEI).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Damayanti, Atmajaya, dan Darmawan mengukur likuiditas saham perusahaan yang sudah *go public* pada periode 2008-2013 menggunakan *trading volume activity (TVA)* menunjukkan rata-rata sebesar 0,02 dengan maksimum sebesar 0,12 dan minimum sebesar 0,00, sedangkan Ariani melakukan penelitian mengenai likuiditas saham pada periode 2012-2015 yang juga diukur menggunakan *TVA* menunjukkan bahwa rata-rata likuiditas saham perusahaan di Indonesia sebesar 0,001 dengan maksimum

sebesar 0,011 dan minimumnya sebesar 0,000. Nilai minimum likuiditas saham sebesar 0,000 berarti ada saham perusahaan yang tidak melakukan transaksi.

Dalam kurun waktu yang sama yaitu tahun 2013-2017, beberapa penelitian menggunakan cara pengukuran yang sama tetapi menunjukkan hasil penelitian yang berbeda, seperti penelitian yang dilakukan oleh Mulfita dan Yusra (2019) mengukur likuiditas saham perusahaan menggunakan *bid-ask spreads* menemukan rata-rata likuiditas saham sebesar 46,95 dengan maksimum 98,29 dan minumnya sebesar 11,29. Danil dan Yusra (2019) juga mengukur likuiditas saham perusahaan menggunakan *bid-ask spreads.* Rata-rata likuiditas saham perusahaan di Indonesia sebesar 47,40 dengan maksimum sebesar 98,29 dan minimum sebesar 11,29 sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Yusra (2019) menemukan bahwa rata-rata likuiditas saham sebesar 46,39 dengan maksimum sebesar 89,31 dan minimumnya sebesar 0,00.

Beberapa hasil penelitian tersebut mengindikasikan likuiditas saham perusahaan di Indonesia memiliki variasi tinggi yang dipengaruhi oleh metode pengukuran dan periode waktu pengukuran. Dalam penelitian ini, likuiditas saham diukur menggunakan *relative bid-ask spreads,* yaitu rasio s*preads* atau selisih antara *ask price* dengan *bid price* dibagi dengan *ask price.*

Beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini seperti penelitian yang dilakukan oleh Indrawan, membandingkan likuiditas saham sebelum dan sesudah *SEO* perusahaan di Indonesia tahun 2003-2007 yang diukur menggunakan *trading volume activity (TVA),* menunjukkan bahwa likuiditas

saham perusahaan mengalami peningkatan secara signifikan setelah perusahaan melakukan *SEO*. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Indrawan, penelitian yang dilakukan oleh Joga juga membandingkan likuiditas saham sebelum dan sesudah *SEO* perusahaan di Indonesia tahun 2000-2007, yang diukur menggunakan *trading volume activity (TVA),* menunjukkan bahwa likuiditas saham perusahaan secara signifikan mengalami peningkatan setelah dilakukannya *SEO,* sedangkan penelitian yang dilakukan Perdana pada likuiditas saham perusahaan Indonesia tahun 2000-2002 yang diukur menggunakan *trading volume activity (TVA)* menemukan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan likuiditas saham perusahaan sebelum dan sesudah melakukan *SEO*.

Yan He *et al.,* meneliti dampak *SEO* terhadap likuiditas saham perusahaan di USA dengan uji beda pada perusahaan yang melakukan *SEO* dengan perusahaan yang tidak melakukan *SEO* dalam kurun waktu 1997-2012, dengan mengukur likuiditas menggunakan berbagai macam cara dengan melihat *information asymmetry, liquidity,* dan *transacation cost.* Peneliti menemukan bahwa *seasoned equity offerings* dapat menurunkan *information asymmetry, liquidity,* dan *transacation cost,* menunjukkan likuiditas saham perusahaan yang melakukan *SEO* lebih tinggi jika dibandingkan dengan likuiditas saham perusahaan yang tidak melakukan *SEO.*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah ada perbedaan likuiditas saham antara perusahaan yang melakukan *seasoned equity offerings* dengan perusahaan yang tidak melakukan *seasoned equity offerings*?
2. Apakah *seasoned equity offerings* berpengaruh terhadap likuiditas saham perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui perbedaan likuiditas saham antara perusahaan yang melakukan *seasoned equity offerings* dengan perusahaan yang tidak melakukan *seasoned equity offerings*
2. Untuk mengetahui pengaruh *seasoned equity offerings* terhadap likuiditas saham.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan hasil penelitian dapat dijadikan informasi bagi:

1. Bagi manajemen perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat dipertimbangkan dalam melakukan *seasoned equity offerings* sebagai salah satu opsi penambahan modal perusahaaan.
2. Bagi investor, dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan untuk melakukan penelitian yang sejenis.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini, sistematika penulisan yang digunakan disusun secara berurutan yaitu:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pendahuluan membahas latar belakang, rumusan masalah, beserta tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian tinjauan pustaka, membahas mengenai landasan teori yang berkaitan dengan topik skripsi mengenai *seasoned equity offerings* dan likuiditas saham yang terdiri dari pengertian dan tujuan *seasoned equity offerings (SEO),* macam dan pengukuran *SEO* dan likuiditas saham, pengaruh *SEO* terhadap likuiditas saham, dan faktor lain yang mempengaruh likuiditas saham. Selain itu, bab ini juga membahas penelitian-penelitian terdahulu, hipotesis, model analisis, serta kerangka berpikir

BAB 3: METODE PENELITIAN

Metode penelitian bertujuan untuk menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari sub bab yaitu pendekatan penelitian yang merupakan ringkasan singkat secara menyeluruh penelitian, identifikasi variabel , definisi operasional variabel yang menjelaskan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, jenis dan sumber data

yang digunakan dalam penelitian, prosedur pengumpulan data, metode penentuan sampel, serta teknik analisis data.

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil serta analisis penelitian yang telah dilakukan diantaranya gambaran umum objek penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis model dan pengujian hipotesis serta pembahasannya.

BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang simpulan yang diperoleh dari penelitian dan saran yang sebaiknya dilakukan oleh peneliti selanjutnya untuk pengembangan penelitian yang lebih baik.