

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan akan penambahan modal semakin besar seiring dengan perkembangan perusahaan. Hal ini mendorong manajemen untuk memilih salah satu alternatif-alternatif pembiayaan yang dapat digunakan. Perusahaan memiliki berbagai alternatif sumber pendanaan, baik itu sumber pendanaan yang berasal dari dalam maupun dari luar perusahaan. Pendanaan yang berasal dari dalam perusahaan yaitu laba ditahan dan akumulasi aktiva tetap, sedangkan salah satu pendanaan dari luar perusahaan adalah melalui mekanisme penyertaan yang umumnya dilakukan dengan menjual saham perusahaan kepada publik atau yang disebut dengan *go public* di pasar modal. Terdapat berbagai macam tujuan perusahaan melakukan *go public* diantaranya adalah untuk meningkatkan modal perusahaan, dan untuk melakukan perluasan usaha (ekspansi). Banyak perusahaan memilih pasar modal sebagai alternatif untuk memperluas usaha atau melakukan ekspansi.

Dalam proses *go public* sebelum di perdagangkan di pasar sekunder, saham terlebih dahulu di jual ke pasar primer atau yang sering disebut sebagai pasar perdana. Penawaran saham secara perdana ke publik melalui pasar perdana ini dikenal dengan istilah *initial public offering (IPO)*.

Penawaran umum saham perdana (IPO) merupakan kegiatan penawaran efek yang pertama kali dilakukan oleh perusahaan (emiten) dalam rangka menjual

sahamnya kepada masyarakat di pasar modal. Harga saham perdana ditentukan berdasarkan kesepakatan antara perusahaan (emiten) dengan *underwriter* (penjamin emisi), sedangkan harga di pasar sekunder ditentukan oleh mekanisme pasar (permintaan dan penawaran). Jika penentuan harga pada saat IPO lebih rendah dibandingkan dengan harga yang terjadi di pasar sekunder di hari pertama maka akan terjadi *underpricing*. (Suyatmin dan Sujadi, 2006).

Di dalam kegiatan penawaran umum perdana (IPO) terdapat suatu fenomena menarik yang disebut dengan *underpricing*. Fenomena *underpricing* merupakan gejala-gejala umum yang terjadi pada saat perusahaan melakukan penawaran umum saham perdana di pasar modal, dimana harga saham yang ditawarkan pada pasar perdana lebih rendah dibandingkan dengan harga saham setelah diperdagangkan di pasar sekunder. Namun faktor-faktor yang menyebabkan *underpricing* ini berbeda-beda di setiap pasar modal..

Menurut Bealty (1989), kondisi *underpricing* menimbulkan dampak yang berbeda bagi perusahaan dan investor. Perusahaan akan tidak diuntungkan apabila terjadi *underpricing*, karena dana yang diperoleh dari *go public* tidak maksimum. Sedangkan bila terjadi *overpricing*, maka investor akan rugi karena mereka tidak menerima *initial return* yaitu keuntungan yang diperoleh pemegang saham karena perbedaan harga saham yang dibeli di pasar perdana saat IPO dengan harga jual yang bersangkutan di hari pertama di pasar sekunder.

Asimetri informasi menjadi suatu penjelasan mengenai fenomena *underpricing*. Apabila tidak terjadi asimetri informasi antara emiten dan investor, maka harga penawaran saham akan sama dengan harga pasar sehingga tidak terjadi *underpricing*. Untuk mengurangi adanya asimetri informasi maka dilakukanlah penerbitan prospektus oleh perusahaan. Prospektus memuat rincian

informasi serta fakta material tentang penawaran umum emiten baik berupa informasi yang sifatnya keuangan maupun non keuangan (Suyatmin dan Sujadi,2006). Informasi yang dimuat dalam prospektus akan membantu investor dalam membuat keputusan yang rasional mengenai resiko nilai saham sungguhnya yang ditawarkan emiten. (Kim, Krinsky dan Lee dalam Irwanta Tarigan 2014).

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan di Indonesia maupun di luar negeri menunjukkan bahwa informasi akuntansi dan non akuntansi yang terdapat dalam prospektus digunakan oleh investor dalam pembuatan keputusan investasi di pasar modal. Penelitian tentang tingkat *underpricing* suatu saham dihubungkan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dari berbagai penelitian terdapat ketidak konsistenan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing*, hal ini lah yang membuat peneliti untuk melakukan penelitian di bidang ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Islam, et al (2010) dengan judul “ *An Empirical Investigation of the underpricing of initial public offering in the chittagong stock exchange*. Dengan menggunakan analisis regresi berganda dan hasil penelitian menunjukkan bahwa umur Perusahaan dan skala perusahaan secara positif berhubungan dengan *underpricing* sedangkan tipe industri dan jumlah penawaran ditemukan berhubungan secara negatif dengan *underpricing* dan jangka waktu penawaran ditemukan tidak mempunyai pengaruh terhadap *underpricing* di bursa efek *chittagong*.

Wulandari (2011) berdasarkan data perusahaan yang IPO di BEI, mencoba menguji pengaruh DER, ROA, Ukuran Perusahaan, dan jumlah saham yang ditawarkan terhadap tingkat *underpricing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel DER dan jumlah saham yang ditawarkan berpengaruh secara positif terhadap *underpricing*, sedangkan ROA, ukuran perusahaan dan umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing*.

Hapsari (2012) meneliti pengaruh Reputasi Auditor, *reputasi underwriter*, *current ratio*, EPS, ROE dan ukuran perusahaan. Peneliti membuktikan reputasi underwriter, reputasi auditor, ROE, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing*, sedangkan *current ratio* dan EPS tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

Bertolak dari hasil penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* masih menghasilkan temuan yang berbeda-beda dan ketidakkonsistenan hasil penelitian. Hal ini menunjukkan perlunya dilakukan penelitian kembali terhadap faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *underpricing* saham. Dari uraian di atas penulis tertarik untuk menulis skripsi dengan judul “ **Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Underpricing* Saham pada Penawaran Umum Perdana yang terdaftar di BEI**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi *underpricing* saham pada saat penawaran harga saham perdana (IPO) ?
2. Apa yang menjadi tujuan perusahaan dalam melakukan *go public* ?

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada identifikasi variabel independen yang dapat mempengaruhi *underpricing*, yaitu reputasi *underwriter*, *Return On Assets* , *current rasio*, *earning per share*, *return on equity*, ukuran perusahaan, *financial leverage*, umur perusahaan, persentase penawaran saham , jenis industri terhadap *underpricing* saham pada saat penawaran umum perdana (IPO).

Data penelitian merupakan data sekunder yang berasal dari data terpublikasi dan Perusahaan yang dipilih adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang melakukan *initial public offering* pada periode 2011-2013.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah utama yang diajukan dalam penelitian ini adalah Apakah *Reputasi Underwriter*, *ROA*, *Current Rasio*, *EPS*, *ROE*, ukuran perusahaan, *financial leverage*, umur perusahaan, persentase penawaran, dan jenis industri berpengaruh secara simultan

terhadap *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia ?

1.5 Tujuan Penelitian

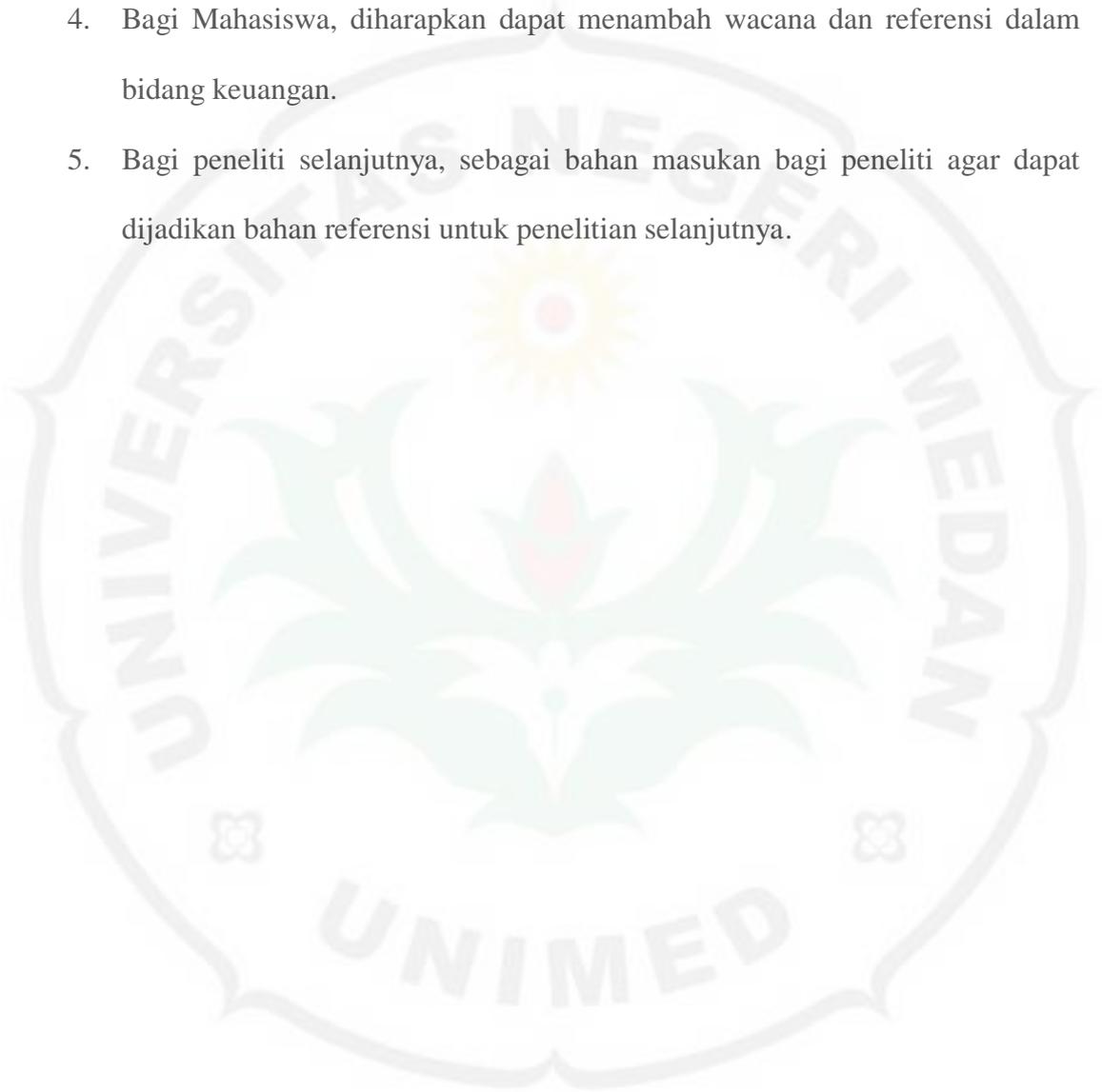
Adapun tujuan yang hendak di capai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Reputasi Underwriter*, ROA, *Current Rasio*, EPS, ROE, ukuran perusahaan, *financial leverage*, umur perusahaan, persentase penawaran, dan jenis industri terhadap *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia ?

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam hal keterbukaan informasi bila akan melakukan penawaran harga saham perdana (IPO) agar mendapatkan hasil yang maksimal.
2. Bagi investor, diharapkan membantu investor atau calon investor memilih informasi *financial* maupun *non financial* yang baik bila akan melakukan penawaran saham umum perdana (IPO).
3. Bagi emiten dan calon emiten, dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaannya sehingga sahamnya akan diminati oleh para investor.

4. Bagi Mahasiswa, diharapkan dapat menambah wacana dan referensi dalam bidang keuangan.
5. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan masukan bagi peneliti agar dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.



THE
Character Building
UNIVERSITY