

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai keinginan untuk mengembangkan dan memperluas usahanya. Salah satu keterbatasan perusahaan dalam mengembangkan dan memperluas usahanya yaitu keterbatasan modal. Perusahaan memiliki berbagai alternatif sumber pendanaan, yang berasal dari dalam perusahaan yaitu laba ditahan dan akumulasi penyusutan aktiva tetap, sedangkan dari luar perusahaan melalui penambahan jumlah kepemilikan saham dengan cara menjual saham perusahaan kepada publik atau sering dikenal dengan *go public* di pasar modal. Terdapat berbagai tujuan perusahaan yang melakukan *go public* antara lain adalah meningkatkan modal perusahaan, dan untuk melakukan perluasan usaha (ekspansi).

Setelah perusahaan memutuskan untuk menjadi *go public*, maka harus diawali melalui penawaran saham perdana yang disebut IPO (*Initial Public Offering*). Tahapan IPO antara lain menyusun perencanaan, persiapan, mendapatkan pernyataan pendaftaran dari Bapepam, penawaran umum, serta melaksanakan semua kewajiban sebagai emiten setelah sah dinyatakan *go public*.

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. Transaksi tersebut terjadi di pasar perdana (*primary market*), selanjutnya efek akan diperdagangkan di pasar sekunder (*secondary market*).

Harga saham perdana ditentukan berdasarkan kesepakatan antara perusahaan (emiten) dengan *underwriter* (penjamin emisi). Harga saham pada saat penawaran umum perdana merupakan faktor yang penting untuk menentukan seberapa besar jumlah dana yang diperoleh perusahaan pertama kali, sehingga umumnya perusahaan (emiten) menginginkan harga yang tinggi sehingga modal yang diperoleh lebih besar serta tidak perlu melepas prosentase kepemilikan dalam jumlah besar karena telah tercukupinya modal yang dibutuhkan. Jumlah dana yang akan diterima perusahaan yang *go public* atas penjualan sahamnya berasal dari jumlah saham yang ditawarkan dikalikan dengan harga/nilai saham perdana tersebut (Suryadi, 2004).

Di dalam kegiatan penawaran umum saham perdana (IPO) terdapat fenomena yang menarik yang disebut dengan *underpricing* dimana harga saham yang ditawarkan pada pasar perdana lebih rendah dari pada harga saham pada saat penutupan hari pertama pasar sekunder. Fenomena *underpricing* merupakan gejala umum yang terjadi pada saat perusahaan melakukan penawaran umum saham perdana di pasar modal, namun faktor-faktor yang menentukannya yang berbeda.

Kondisi *underpricing* tidak menguntungkan bagi perusahaan yang melakukan *go public*, karena dana yang diperoleh dari *go public* tidak maksimum. Sebaliknya bila terjadi *overpricing*, maka investor akan merugi,

karena tidak menerima *Initial Return* (return awal). *Initial return* adalah keuntungan awal 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. Para pemilik perusahaan menginginkan agar meminimalisir *underpricing*, karena terjadinya *underpricing* akan menyebabkan transfer kemakmuran dari pemilik kepada investor (Beatty, 1989).

Fenomena *underpricing* terjadi karena adanya beberapa faktor, yang pertama *underpricing* memang sengaja dilakukan untuk menarik investor di pasar perdana, selain untuk memberikan keuntungan kepada *underwriter*, dan faktor selanjutnya adalah karena adanya asimetri informasi. Asimetri informasi bisa terjadi antara emiten dan penjamin emisi, maupun antar investor. 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 sesungguhnya yang ditawarkan emiten (Kim, Krinsky dan Lee, 1995 dalam Handayani, 2008).

Penelitian-penelitian terdahulu mengenai pengaruh informasi akuntansi dan informasi non akuntansi terhadap *initial return* atau *underpricing* telah banyak dilakukan di bursa saham luar negeri dan Indonesia. Penelitian tentang tingkat *underpricing* suatu saham dihubungkan dengan

faktor-faktor yang mempengaruhinya sesuai dengan prospektus yang berisi informasi perusahaan merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Dari berbagai penelitian terdapat ketidakkonsistenan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing*, hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian di bidang ini.

Handono (2010) meneliti pengaruh reputasi *underwriter*, persentase saham yang ditawarkan, ukuran perusahaan, umur perusahaan, *financial leverage*, dan ROA. Penelitian membuktikan bahwa persentase yang ditawarkan, ukuran perusahaan, *financial leverage*, dan ROA berpengaruh terhadap *underpricing*, sedangkan reputasi *underwriter* dan umur perusahaan tidak terbukti memiliki pengaruh terhadap *underpricing*.

Penelitian yang dilakukan Wulandari (2011) berdasarkan data perusahaan yang IPO di BEI, mencoba menguji pengaruh DER, ROA, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan jumlah saham yang ditawarkan terhadap tingkat *underpricing*. Hasil penelitiannya 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 *underwriter*, reputasi auditor, *current ratio*, EPS, ROE, dan ukuran perusahaan. peneliti membuktikan reputasi *underwriter*, reputasi *underwriter*, ROE, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing*, sedangkan *current ratio* dan EPS tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

Dari berbagai penelitian diatas dapat dijelaskan ketidakkonsistenan hasil penelitian sehingga masih perlu dilakukan penelitian kembali terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing*. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *underpricing* saham, khususnya pada perusahaan yang melakukan penawaran umum perdana (IPO) di Bursa - Efek Indonesia (BEI). Periode waktu penelitian yang digunakan adalah tahun 2011-2013.

## 1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi identifikasi dalam penelitian ini adalah :

1. Apa yang menjadi tujuan perusahaan dalam melakukan *go public*?
2. Faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi *underpricing* saham pada saat *initial public offering* (IPO) ?
3. Informasi apa saja yang digunakan investor dalam membuat keputusan investasi ?

## 1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada identifikasi variabel independen yang dapat mempengaruhi *underpricing*, yaitu reputasi underwriter, *return on assets* (ROA), *debt to equity ratio* (DER), persentase penawaran saham, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan jenis industri terhadap *underpricing* saham pada saat *Initial Public Offering* (IPO).



#### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah reputasi *underwriter* berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada saat IPO ?
2. Apakah ROA berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing* saham pada saat IPO ?
3. Apakah DER berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham pada saat IPO ?
4. Apakah persentase penawaran saham berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing* saham pada saat IPO ?
5. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada saat IPO?
6. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada saat IPO ?
7. Apakah jenis industri berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada saat IPO ?
8. Apakah reputasi *underwriter*, ROA, DER, persentase penawaran saham, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan jenis industri berpengaruh secara simultan terhadap *underpricing* saham pada saat IPO ?

## 1.5 Tujuan penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh reputasi *underwriter* terhadap *underpricing* saham pada saat IPO ?
2. Untuk mengetahui pengaruh ROA terhadap *underpricing* saham pada saat IPO ?
3. Untuk mengetahui pengaruh DER terhadap *underpricing* saham pada saat IPO ?
4. Untuk mengetahui pengaruh persentase penawaran saham terhadap *underpricing* saham pada saat IPO?
5. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap *underpricing* saham pada saat IPO ?
6. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan terhadap *underpricing* saham pada saat IPO ?
7. Untuk mengetahui pengaruh jenis industri terhadap *underpricing* saham pada saat IPO?
8. Untuk mengetahui pengaruh reputasi *underwriter*, ROA, DER, persentase penawaran saham, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan jenis industri berpengaruh secara simultan terhadap *underpricing* saham pada saat IPO?

## 1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi emiten dan calon emiten, dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaannya sehingga sahamnya akan diminati oleh para investor.
2. Bagi investor, dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi dan agar diperoleh return secara optimal.
3. Bagi Peneliti selanjutnya, sebagai bahan masukan bagi peneliti agar dapat dijadikan bahan refrensi untuk penelitian selanjutnya.