

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

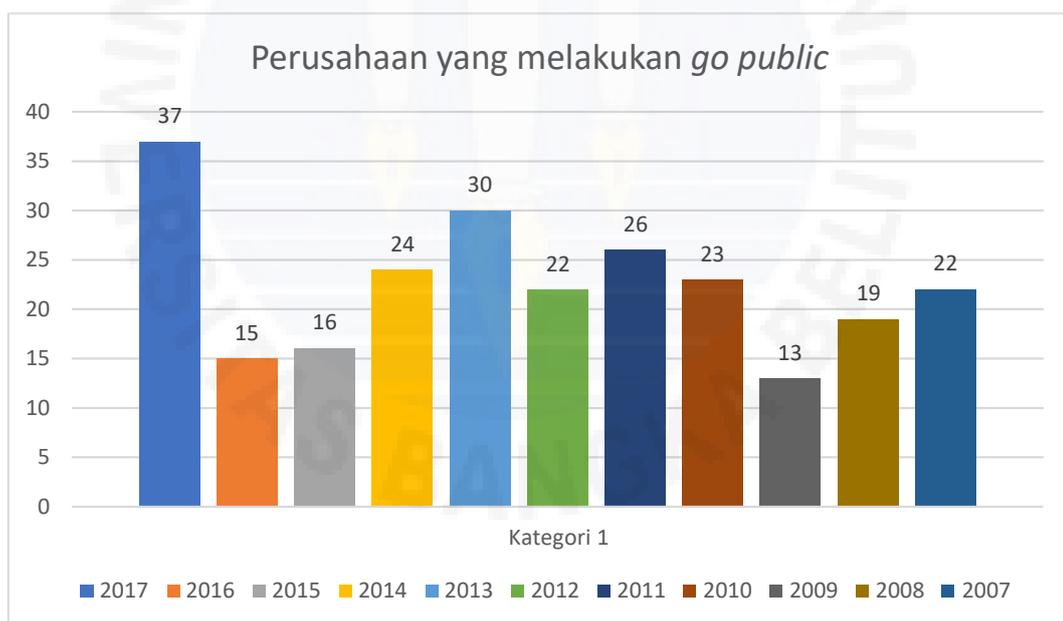
Perkembangan zaman yang ditandai dengan kemajuan teknologi dan informasi, berefek banyak pada laju pertumbuhan ekonomi. Dengan kemajuan teknologi dan mudahnya mengakses informasi, membuat persaingan antar perusahaanpun semakin ketat, sehingga banyak perusahaan belomba-lomba bersaing merebutkan pangsa pasar yang ada, berbagai strategi dan kebijakan di terapkan untuk mempertahankan bisnisnya.

Salah satu cara perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya yaitu dengan memperbesar ruang lingkup usahanya, yang mengharuskan perusahaan melakukan ekspansi secara besar-besaran pula. Namun dalam melakukan ekspansi perusahaan harus memiliki penambahan modal yang cukup besar, dan seringkali dana yang diambil dari dalam perusahaan tidaklah cukup. Untuk itu diperlukan usaha mencari sumber dana dari luar perusahaan, dengan cara mencari pinjaman (hutang) ke suatu pihak maupun menerbitkan saham biasa baru, artinya para pemegang saham lama dapat membeli tambahan saham, atau investor-investor lain dapat menjadi pemegang saham perseroan (Jeff Madura, 2007:265).

Tempat investor dapat menjadi pemegang saham perseroan dapat di lakukan di pasar modal (bursa efek), dengan cara melakukan emisi saham. Pasar modal adalah pasar untuk berbagi instrumen keuangan jangka panjang (>1 tahun) yang bisa di perjualbelikan. Pasar modal memperdagangkan berbagai jenis efek

bersifat utang seperti obligasi dan sukuk, serta efek yang bersifat ekuitas, yaitu saham dari perusahaan terbuka (Tbk) (Edwin Santoso, 2016:2).

Pasar modal menjadi tempat para pelaku usaha untuk mendapatkan modal dengan menawarkan sahamnya kepada masyarakat secara umum, sekaligus menjadi tempat bagi para investor menanamkan modalnya (investasi). Menurut UU No.21 tahun 2011 Pasar modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek. Perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang di terbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Kegiatan menjual saham perusahaan di pasar modal sering dikenal dengan istilah *go public*.



Grafik I.1 Perusahaan yang melakukan *go public* dalam 10 tahun terakhir

Sumber www.sahamok.com, 2018 (diolah peneliti)

Dari grafik diatas kita dapat melihat jumlah perusahaan yang melakukan *go public* 10 tahun terakhir, terlihat dari grafik tersebut tahun 2009 menjadi tahun terendah perusahaan melakukan *go public* dengan total hanya 13 perusahaan saja

melakukan *go public* dan tahun 2017 menjadi tahun tertinggi perusahaan yang melakukan *go public* dengan total 37 perusahaan.

Sebelum perusahaan menjual saham di pasar sekunder, saham tersebut akan lebih dulu di pasarkan pada pasar primer atau pasar perdana, penawaran perdana pada pasar inilah yang disebut dengan IPO (*Initial Public Offering*). Dalam menentukan harga saham perdana pihak *underwriter* akan membuat kesepakatan dengan perusahaan untuk menentukan harga perdana saham (Edwin Santoso, 2016:10), sedangkan harga saham yang terjadi di pasar sekunder terjadi akibat mekanisme pasar yaitu permintaan dan penawaran. Namun dalam penetapan harga saham tersebut tidaklah mudah karena ada perbedaan kepentingan antara emiten dan penjamin emisi. Karena emiten menginginkan penerapan harga yang tinggi pada saham perdananya, agar mendapatkan pendapatan yang maksimal dalam mengumpulkan modal untuk ekspansi. Hal ini berbanding terbalik dengan penjamin emisi yang berusaha untuk meminimalkan resiko penjaminan yang menjadi tanggung jawabnya dengan menentukan harga yang lebih di terima oleh para investor di pasar modal, dengan harapan semua saham perdana yang di tawarkan dapat terjual (Sri Retno Handayani, 2008).

Menurut Boubaker and Mezhoud (2011), penetapan harga saham perdana adalah hal yang tidak mudah. Salah satu penyebabnya sulitnya menetapkan harga penawaran adalah karena tidak adanya informasi harga yang relevan. Hal ini terjadi di karenakan sebelum pelaksanaan penawaran perdana, saham perusahaan belum pernah di perdagangkan sehingga kesulitan untuk menilai dan menentukan harga yang wajar, karena menurut Eka Retnowati (2013) Informasi mengenai

perusahaan yang akan melakukan IPO sangat penting dimiliki oleh para pihak yang akan menentukan harga saham pada saat IPO yaitu pihak emiten dan pihak *underwriter*. Ketidaksamaan informasi yang dimiliki oleh para pihak inilah yang dapat mengakibatkan perbedaan harga sehingga memungkinkan terjadinya *underpricing*. Baik pada pasar perdana maupun pasar sekunder. Apabila harga saham yang di perdagangkan pada pasar perdana (IPO) lebih rendah di bandingkan harga saham pada pasar sekunder di hari pertama, akan membuat harga saham rendah pada pasar perdana. Fenomena ini di sebut dengan *underpricing*. Namun sebaliknya apabila harga saham pada saat IPO lebih tinggi daripada pasar sekunder pada hari pertama penawaran, maka akan terjadi fenomena *overpricing*

Tabel I.1 Daftar Nama Perusahaan yang Mengalami *Underpricing* / *Overpricing* 2016 - 2017

NO	KODE	NAMA EMITEN	TANGGAL IPO	HARGA IPO	HARGA PEUTUP	KETERANGAN
1	ARTO	PT. Bank Artos Indonesia Tbk	12-01-2016	132	173	<i>Underpricing</i>
2	MTRA	PT. Mitra Pemuda Tbk	10-02-2016	185	214	<i>Underpricing</i>
3	MARI	PT. Mahaka Radio Integra Tbk	11-02-2016	750	770	<i>Underpricing</i>
4	BGTG	PT. Bank Ganesha Tbk	12-05-2016	103	94	<i>Overpricing</i>
5	POWR	PT. Cikarang Listrindo Tbk	14-06-2016	1.500	1.540	<i>Underpricing</i>
6	SHIP	PT. Sillo Maritime Perdana Tbk	16-06-2016	140	238	<i>Underpricing</i>
7	DAYA	PT. Duta Intidaya Tbk	28-06-2016	180	189	<i>Underpricing</i>
8	JGLE	PT. Graha Andresenta Propertindo Tbk	29-06-2016	140	173	<i>Underpricing</i>

9	OASA	PT. Protech Mitra Perkasa Tbk	18-07-2016	190	322	<i>Underpricing</i>
10	CASA	PT. Capital Financial Indonesia Tbk	19-07-2016	130	220	<i>Underpricing</i>
11	WSBP	PT. Waskita Beton Precast Tbk	20-09-2016	490	540	<i>Underpricing</i>
12	AGII	PT. Aneka Gas Industri Tbk	28-09-2016	100	1.160	<i>Underpricing</i>
13	PBSA	PT. Pramita Bngun Sarjana Tbk	28-09-2016	1.200	1.260	<i>Underpricing</i>
14	PRDA	PT. Prodia Widyahusada Tbk	07-12-2016	6.500	6.600	<i>Underpricing</i>
15	BOGA	PT. Bintang Oto Global Tbk	19-12-2016	103	175	<i>Underpricing</i>
16	PORT	PT. Nusantara Peabuhan Handal Tbk	16-03-2017	535	575	<i>Underpricing</i>
17	CARS	PT. Industri dan Perdagangan Bintraco Dharma Tbk	10-04-2017	1.750	1.740	Overpricing
18	FORZ	PT. Forza Land Tbk	28-04-2017	220	330	<i>Underpricing</i>
19	MINA	PT. Sanurhasta Mitra Tbk	28-04-2017	105	178	<i>Underpricing</i>
20	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk	05-05-2017	115	195	<i>Underpricing</i>
21	CSIS	PT. Cahaya Sakti Investindo Sukses Tbk	10-05-2017	300	450	<i>Underpricing</i>
22	TAMU	PT. Pelayaran Tamarin Samudra Tbk	10-05-2017	110	187	<i>Underpricing</i>
23	TGRA	PT. Terregra Asia Energi Tbk	16-05-2017	200	340	<i>Underpricing</i>
24	FINN	PT. First Indo American Leasing Tbk	08-06-2017	105	178	<i>Underpricing</i>
25	FIRE	PT. Alfa Energi Investama Tbk	09-06-2017	500	750	<i>Underpricing</i>

26	TOPS	PT. Totalindo Eka Persada Tbk	16-06-2017	310	464	<i>Underpricing</i>
27	KMTR	PT. Kirana Mergantara Tbk	19-06-2017	458	685	<i>Underpricing</i>
28	HRTA	PT. Hartadinata Abadi Tbk	21-06-2017	300	332	<i>Underpricing</i>
29	WOOD	PT. Integra Indocabinet Tbk	21-06-2017	260	280	<i>Underpricing</i>
30	MAPB	PT. MAP Boga Adiperkasa Tbk	21-06-2017	1.680	2.520	<i>Underpricing</i>
31	ARMY	PT. Armidian Karyatama Tbk	21-06-2017	300	450	<i>Underpricing</i>
32	HOKI	PT. Buyun Poetra Sembada Tbk	22-06-2017	310	342	<i>Underpricing</i>
33	MABA	PT. Marga Abhinaya Abadai Tbk	22-06-2017	112	190	<i>Underpricing</i>
34	MPOW	PT. Megapower Mamur Tbk	05-07-2017	200	340	<i>Underpricing</i>
35	MARK	PT. Mark Dynamics Indonesia Tbk.	12-07-2017	250	374	<i>Underpricing</i>
36	NASA	PT. Ayana Land International Tbk	07-08-2017	103	175	<i>Underpricing</i>
37	MDKI	PT. Emdeki Utama Tbk	25-09-2017	600	580	Overpricing
38	BELL	PT. Trisula Textile Industries Tbk	03-10-2017	150	179	<i>Underpricing</i>
39	KIOS	PT. Kioson Komersial Indonesia Tbk	05-10-2017	300	450	<i>Underpricing</i>
40	GMFI	PT. Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk	10-10-2017	400	1.364	<i>Underpricing</i>
41	MTWI	PT. Malacca Trust Wuwungan Insurance Tbk	11-10-2017	100	170	<i>Underpricing</i>
42	ZINC	PT. Kapuas Prima Coal Tbk	16-10-2017	140	238	<i>Underpricing</i>

43	MCAS	PT. M Cash Integrasi Tbk	1-11-2017	1.385	2.070	<i>Underpricing</i>
44	PPRE	PT. PP Presisi Tbk	24-11-2017	450	410	<i>Overpricing</i>
45	WEGE	PT. Wijaya Karya Bangunan Gedung	30-11-2017	290	296	<i>Underpricing</i>
46	PSSI	PT. Pelita Samudra Shipping Tbk	05-12-2017	135	150	<i>Underpricing</i>
47	PBID	PT. Panca Budi Idaman Tbk	13-12-2017	850	880	<i>Underpricing</i>
48	DWGL	PT. Dwi Guna Laksana Tbk	13-12-2017	150	354	<i>Underpricing</i>
49	JMAS	PT. Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi Tbk	18-12-2017	140	238	<i>Underpricing</i>
50	CAMP	PT. Campina Ice Cream Industry Tbk	19-12-2017	330	494	<i>Underpricing</i>
51	IPCM	PT. Jasa Armada Indonesia Tbk	22-12-2017	380	402	<i>Underpricing</i>
52	PCAR	PT. Prima Cakrawala Abadi	29-12-2017	150	254	<i>Underpricing</i>

Sumber; Bursa Efek Indonesia,2018 (diolah peneliti)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa dari 52 perusahaan yang telah melakukan *go publik* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 - 2017, ada 48 perusahaan yang mengalami fenomena *underpricing*, dan empat yang mengalami fenomena *overpricing* yaitu Bank Ganesha, Industri dan Perdagangan Bintraco Dharma, Emdeki Utama, serta PP Presisi.

Banyaknya permasalahan perusahaan yang mengalami *underpricing* saat *go publik* dapat disebabkan oleh berbagai faktor yang ada, Berbagai penelitianpun telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, baik di Indonesia maupun di luar negeri untuk mengetahui penyebab terjadinya fenomena *underpricing*

tersebut, adapun beberapa variabel yang di gunakan para peneliti terdahulu untuk mengetahui faktor penyebab terjadinya *underpricing* sebagai berikut.

Umur perusahaan menjadi indikator penilaian kemampuan suatu perusahaan dalam bertahan serta menjadi bukti kemampuan suatu perusahaan untuk bersaing dengan para kompetitor, dengan umur yang lama akan memuat informasi tentang perusahaan semakin banyak. Sehingga para investor tidak akan ragu dalam berinvestasi pada perusahaan tersebut. Konsisten dengan penelitian terdahulu penelitian Reza Widhar Pahlevi (2014) yang menyatakan Umur Perusahaan mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap *underpricing* saham pada penawaran saham perdana di Bursa Efek. Namun bertolak belakang dengan Shoviyah Nur Aini (2013) menunjukkan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Underpricing* saham pada perusahaan yang melaksanakan IPO 2007-2011.

Return On Aset (ROA) merupakan ratio yang di gunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aset yang dimiliki. Menurut Doni Prabawa (2011:204) *Return On Aset* (ROA) merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan perusahaan dibandingkan dengan total aset yang dimiliki. Dengan nilai probabilitas dalam rasio semakin tinggi akan membuat para investor melirik perusahaan tersebut dalam berinvestasi sehingga akan menurunkan tingkat *underpricing* saat IPO. Adapun penelitian terdahulu Reza Widhar Pahlevi (2014) Profitabilitas (ROA) dan Profitabilitas (NPM) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *underpricing* saham pada penawaran saham perdana di Bursa Efek Indonesia dan penelitian Aji Candra

Sukma dan Sukirno (2014) Return On Asset (ROA) perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat Underpricing Shoviyah Nur Aini (2013) menunjukkan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Underpricing* saham pada perusahaan yang melaksanakan IPO 2007-2011 namun bertolak belakang dengan Ayu Wahyusari (2013) Hasil pengujian variabel ROA menunjukkan bahwa secara statistik variabel ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap underpricing. Ukuran Perusahaan menjadi salah satu indikator perusahaan dikenal lebih jauh oleh masyarakat, karena semakin besarnya skala perusahaan yang dimiliki, akan memperluas pengetahuan masyarakat tentang perusahaan, Menurut Bambang Subroto (2014:47), perusahaan besar mempunyai sumber daya besar, sehingga relatif lebih tahan terhadap gejolak ekonomi dan tidak mudah bangkrut. Yang membuat para investor menjadi yakin untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut dan akan mengurangi tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO, penelitian yang dilakukan I Dewa Ayu Kristiantari (2013) yang menyatakan Ukuran perusahaan berpengaruh negatif pada *underpricing*, yang artinya semakin besar ukuran perusahaan maka tingkat *underpricing* akan semakin rendah, dan sebaliknya di dukung dengan penelitian Reza Widhar Pahlevi (2014) yang menyatakan Ukuran Perusahaan mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap *underpricing* saham pada penawaran saham perdana di Bursa Efek Indonesia. Namun bertolak belakang dengan hasil penelitian Dyah Ayuk Siti H (2016) Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*.

Melihat banyaknya fenomena *underpricing* yang masih terjadi saat perusahaan melakukan go publik, serta merujuk dari penelitian-penelitian sebelumnya masih terdapat banyaknya ketidak sinkronan hasil penelitian, sehingga peneliti merasa masih perlunya di lakukan penelitian kembali terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing*. Oleh karena itu peneliti tertarik meneliti lebih lanjut tentang fenomena di atas, dengan judul penelitian

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
UNDERPRICING SAHAM SAAT INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) DI
BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2017.**

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada identifikasi masalah sebagaimana di uraikan di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Umur Perusahaan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO?
2. Apakah *Return On Aset* (ROA) secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO?
3. Apakah Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO?

4. Apakah Umur Perusahaan, *Return On Aset* (ROA), serta Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO?

1.3 Batasan Masalah

Mengingat luasnya ruang lingkup pada penelitian, maka penulis merasa perlu memberikan batasan pada masalah ini. Adapun batasan-batasan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Masalah yang akan diteliti hanya dibatasi pada pengaruh Umur Perusahaan, *Return On Aset* (ROA), Ukuran Perusahaan terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO
2. Data penelitian yang diambil hanya pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2017

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Umur Perusahaan terhadap tingkat *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Return On Aset* (ROA) terhadap tingkat *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap tingkat *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO.

4. Mengetahui dan menganalisis Umur Perusahaan, *Return On Aset* (ROA), dan Ukuran Perusahaan terhadap tingkat *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan peneliti mengenai faktor-faktor *Underpricing* nantinya dapat memiliki beberapa manfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat memberi kontribusi yang positif dalam mengembangkan ilmu pengetahuan (manajemen) secara umum, khususnya manajemen keuangan berkaitan dengan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* terhadap perusahaan yang melakukan *initial public offering*.

2. Manfaat Praktis

- a) Sebagai bahan masukan serta informasi bagi investor maupun calon investor yang ingin melakukan investasi pada penawaran pasar perdana dalam mengambil keputusan, untuk para emiten maupun *underwriter* dapat menentukan harga saham lebih bijak lagi agar dapat saling menguntungkan untuk kedua belah pihak.
- b) Bagi akademisi diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta dapat menjadi referensi bagi peneliti penelitian

selanjutnya mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* terhadap perusahaan yang melakukan *initial public offering*.

- c) Bagi penulis penelitian ini berguna sebagai wahana untuk mengembangkan dan mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama angku kuliah.

3. Manfaat Kebijakan

Sebagai sumber informasi dan kajian untuk menentukan langkah-langkah kebijakan yang lebih baik oleh emiten maupun *underwriter* agar saling menguntungkan dalam pengambilan keputusan.

1.6 Sistematika Penulisan

Adanya sistematika penulisan adalah untuk mempermudah dan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai skripsi ini, pembahasan dilakukan secara komperhensif dan sistematik meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori, merupakantinjauan teoritis yang berisikan teori-teori yang digunakan sebagai bahan peelitian. Ba ini juga membahas penelitian terdahulu yang digunakan sebagai refrensi landasan teori serta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi dan sampel, teknik pengambilan data, uji instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjabarkan gambaran umum objek penelitian, analisis dan interpretasi data dan pembahasan hasil yang di lakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan simpulan-simpulan yang di peroleh dari hasil penelitian dan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian yang serupa di masa yang akan datang.