

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan ekonomi dalam bisnis yang semakin cepat saat ini tentunya akan menciptakan suatu persaingan bisnis yang ketat antar perusahaan. Persaingan bisnis yang semakin ketat akan mendorong perusahaan untuk melakukan berbagai cara agar bisa bersaing dan mempertahankan kelangsungan perusahaannya dalam jangka waktu panjang. Meningkatkan persaingan dan kelangsungan perusahaan jangka panjang akan membutuhkan dana yang lebih besar dari sebelumnya demi mendukung perkembangan dan perluasan usahanya.

Perusahaan memiliki berbagai alternatif sumber pendanaan baik yang berasal dari internal maupun eksternal perusahaan. Salah satu bentuk sumber pendanaan internal adalah pendanaan dari laba ditahan perusahaan. Perusahaan lebih sering melakukan pendanaan dari eksternal perusahaan yaitu dengan cara berhutang dan menerbitkan saham atau dengan menghimpun dana dari masyarakat melalui pasar modal. Pasar modal menjadi salah satu alternatif bagi perusahaan yang ingin menghimpun dana dari masyarakat.

Pasar modal (*capital market*) merupakan sarana perusahaan untuk meningkatkan kebutuhan dana jangka panjang dengan menjual saham atau menerbitkan obligasi (Hartono, 2016). Perusahaan yang menjual sahamnya ke publik sering dikenal dengan istilah *go public*. Tahap paling awal bagi perusahaan

yang akan *go public* biasanya disebut penawaran saham perdana (*initial public offering*) atau sering disingkat IPO.

*Initial Public Offering* (IPO) merupakan penawaran saham perusahaan terhadap publik untuk yang pertama kalinya (Hadi, 2013). Perusahaan yang melakukan IPO melaporkan kinerjanya dalam laporan keuangan yang disusun sedemikian rupa sehingga dapat menarik minat investor untuk menyertakan dana mereka. Sebelum menawarkan saham dipasar perdana, perusahaan harus menyampaikan penyertaan pendaftaran kepada Bapepam-LK dan penawaran umum baru dapat dilakukan setelah penyertaan pendaftaran yang dimaksud efektif.

Penentuan besarnya harga penawaran saham perdana merupakan permasalahan penting yang dihadapi perusahaan ketika melakukan penawaran saham perdana (*initial public offering*) di pasar modal. Harga saham pada penawaran perdana ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama antara penjamin emisi dengan emiten. Sedangkan harga saham dipasar sekunder ditentukan oleh mekanisme pasar berdasarkan permintaan dan penawaran (Yandes, 2013).

Berdasarkan dua mekanisme penentuan harga saham, sering terjadi perbedaan harga antara dipasar perdana dengan dipasar sekunder. Biasanya perusahaan yang baru pertama kali menawarkan sahamnya kepublik akan mengalami permasalahan atau fenomena *intial return* yaitu sahamnya mengalami *underpricing* ataupun *overpricing*. Saham dikatakan *underpricing* apabila harga saham pada pasar perdana lebih rendah dibandingkan dengan harga saham pada pasar sekunder pada hari pertama atau terjadi harga rendah di penawaran perdana.

Sedangkan *overpricing* adalah harga saat IPO lebih tinggi dibandingkan harga saham dipasar sekunder pada hari pertama (Hartono, 2016).

Kondisi *underpricing* merugikan perusahaan karena dana yang diperoleh tidak maksimal dari penjualan saham dan harga saham saat IPO dianggap terlalu murah. Namun hal tersebut menjadi keuntungan bagi investor atau sering disebut sebagai *initial return*. Investor akan memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap suatu saham dengan adanya fenomena *underpricing*. Semakin tinggi tingkat *underpricing* maka semakin tinggi pula *initial return* yang diharapkan investor. Sebaliknya, jika terjadi kondisi *overpricing* maka investor akan merugi karena mereka tidak menerima *capital gain*. *Capital gain* yang dimaksud adalah selisih lebih antara harga dipasar sekunder dengan harga perdananya.

Perusahaan yang mengalami *underpricing* pada saat IPO dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Mengukur tingkat *underpricing* dapat dilakukan dengan menggunakan variabel rasio keuangan dan non keuangan. Prospektus memuat banyak informasi yang berhubungan dengan keadaan perusahaan yang melakukan IPO, baik itu informasi keuangan maupun informasi non keuangan. Informasi keuangan berasal dari data keuangan perusahaan, seperti laporan keuangan perusahaan, *return on asset*, dan informasi keuangan lainnya. Sedangkan informasi non keuangan perusahaan adalah informasi yang berasal selain dari data keuangan perusahaan seperti reputasi *underwriter*, reputasi auditor dan informasi non keuangan perusahaan lainnya.

*Underwriter* merupakan unsur yang paling utama untuk menentukan keberhasilan *go public* di pasar perdana, karena *underwriter* harus meyakinkan

para investor mengenai keuntungan dari pembelian saham perusahaan. Reputasi *underwriter* yang baik akan memberikan sinyal yang baik pada pasar modal. Sehingga semakin tinggi reputasi *underwriter* maka semakin baik tingkat informasi yang ada dalam prospektus (Hartono, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Kristiantari (2013) dan Oktavia (2016) mengungkapkan bahwa variabel *underwriter* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *underpricing*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Aini (2013) dan Siti (2016) mengungkapkan bahwa variabel *underwriter* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

Reputasi auditor sangatlah berpengaruh pada kredibilitas laporan keuangan ketika perusahaan melakukan IPO. Informasi yang ada dalam prospektus tingkat kepercayaannya tergantung dari pihak auditor yang melakukan audit. Semakin tinggi reputasi auditor maka semakin tinggi kepercayaan informasi yang ada dalam prospektus (Hartono, 2016). Penelitian yang dilakukan Siti (2016) dan Sari (2017) mengungkapkan bahwa variabel reputasi auditor berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *underpricing*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kristiantari (2013) dan Alma'wa (2013) mengungkapkan bahwa variabel reputasi auditor tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar atau kecilnya perusahaan. Secara teoritis perusahaan yang lebih besar mempunyai kepastian yang lebih besar dari pada perusahaan kecil. Akibatnya investor akan memprediksi resiko yang mungkin terjadi ketika akan berinvestasi pada suatu perusahaan (Butar dan Sudarsi, 2012). Penelitian yang dilakukan Retnowati (2013) dan Mulyati (2016) mengungkapkan bahwa variabel ukuran perusahaan

berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *underpricing*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Aini (2013) dan Siti (2016) mengungkapkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

*Return on asset* (ROA) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen aset. Sehingga semakin tinggi nilai ROA maka akan mengurangi tingkat *underpricing* (Hanafi dan Halim, 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Siti (2016) dan Mulyati (2016) mengungkapkan bahwa variabel ROA berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *underpricing*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kristiantari (2013) dan Retnowati (2013) mengungkapkan bahwa variabel ROA tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

Keputusan perusahaan dalam melakukan IPO perlu diperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *underpricing*. Sehingga perusahaan yang melakukan IPO dapat mengantisipasi dan meminimalkan resiko terhadap kerugian dari *underpricing* saham. Serta ketidakkonsistenan dari beberapa hasil penelitian terdahulu diatas, maka perlu dilakukan penelitian kembali terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* saham. Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Underpricing* Pada Saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2016”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini mempunyai tujuan untuk menjelaskan arah penelitian yang dimaksud. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan dan *return on asset* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *underpricing* pada saat *initial public offering* di Bursa Efek Indonesia baik secara simultan ataupun secara parsial?
2. Dari beberapa faktor-faktor yang diteliti, faktor manakah yang mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap tingkat *underpricing*?

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah bertujuan untuk memberikan ruang lingkup agar pembahasan masalah lebih baik dan tidak terlalu luas, sehingga batasan masalah difokuskan pada seberapa besar pengaruh reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan dan *return on asset* terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *initial public offering* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2016.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan cara menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu pengetahuan. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji seberapa besar pengaruh reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan, dan *return on asset* terhadap *underpricing* pada saat *initial public offering* di Bursa Efek Indonesia baik secara simultan ataupun secara parsial.
2. Untuk menguji faktor manakah yang mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap tingkat *underpricing*, dari beberapa faktor-faktor yang diteliti.

## **1.5 Kontribusi Penelitian**

### **1.5.1 Kontribusi Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan atau pengetahuan bagi akademisi, serta sebagai bahan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* pada saat *initial public offering* di Bursa Efek Indonesia.

### **1.5.2 Kontribusi Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan untuk dijadikan evaluasi bagi perusahaan yang melakukan *initial public offering*

mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *underpricing*, sehingga dapat mengantisipasi dan meminimalkan resiko terjadinya *underpricing*.

### **1.5.3 Kontribusi Kebijakan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada investor mengenai faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam membuat sebuah keputusan investasi pada saat membeli saham perusahaan yang *initial public offering* dengan tujuan memperoleh *initial return* yang diharapkan.

### **1.6 Sistematika Penelitian**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab.

Adapun penelitian ini dibagi menjadi lima bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang penulisan penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

#### **BAB II TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini terdiri dari teori dan pengembangan hipotesis dari metode penelitian yang digunakan oleh peneliti, buku-buku, jurnal-jurnal, atau riset-riset sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian.



### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai rancangan penelitian, variabel, dan pengukuran yang digunakan untuk mengukur hubungan variabel-variabel independen yang digunakan terhadap variabel dependen, teknik pengumpulan data, dan metode yang digunakan dalam pengolahan data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi penyajian data yang meliputi teknik pengambilan sampel, rancangan penelitian, tempat dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini menguraikan kesimpulan yang diambil dari seluruh pembahasan sebelumnya, keterbatasan, saran, dan implikasi penelitian yang dapat diajukan.