

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian di Indonesia pada saat ini cukup menciptakan sebuah persaingan yang sangat ketat. Persaingan tersebut tidak hanya terjadi antar perusahaan nasional saja, akan tetapi terjadi pada perusahaan asing yang didirikan di dalam negeri. Selain itu persaingan tersebut juga terjadi pada para pembisnis baru dari berbagai kalangan. Semakin banyak perusahaan yang didirikan, maka setiap perusahaan akan berusaha melakukan berbagai cara agar perusahaan tetap tumbuh dan berkembang. Untuk mencapai hal yang diharapkan, perusahaan membutuhkan dana yang tidak sedikit. Kebutuhan akan hal tersebut mendorong manajemen untuk menentukan alternatif pendanaan yang akan digunakan.

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2012) terdapat berbagai alternatif sumber pendanaan yang digunakan oleh perusahaan, baik dari dalam maupun dari luar perusahaan. Alternatif yang digunakan dapat berasal dari dalam perusahaan dengan menggunakan laba ditahan. Sedangkan alternatif pembiayaan dana dari luar perusahaan dapat melalui sumber pendanaan yang berasal dari pinjaman kreditur berupa hutang, menerbitkan surat hutang atau obligasi, dan penerbitan saham baru atau perdana. Penerbitan saham baru atau perdana kepada masyarakat dapat melalui Bursa Efek Indonesia. Hal tersebut merupakan proses awal perusahaan yang akan memutuskan untuk melakukan *go public*.

Ketika perusahaan telah memutuskan untuk *go public*, maka perusahaan harus melakukan penawaran saham perdana yang dapat dikenal juga dengan istilah *Initial public offering* (IPO). Setelah perusahaan melakukan IPO, maka kemudian perusahaan dapat memperjual belikan sahamnya pada pasar sekunder di Bursa Efek untuk menambah modal perusahaan. Namun terdapat perbedaan harga saham yang dijual pada pasar perdana dengan pasar sekunder, sehingga dengan adanya perbedaan harga tersebut akan menimbulkan fenomena *underpricing* dan *overpricing*.

Menurut Hanafi (2004) dapat dikatakan *underpricing* apabila harga saham pada pasar perdana (IPO) lebih rendah dibandingkan dengan harga saham pada pasar sekunder dihari pertama, hal tersebut mengakibatkan harga saham rendah pada penawaran perdana. Begitupun sebaliknya, dikatakan *overpricing* apabila harga saham pada saat IPO lebih tinggi dibandingkan dengan harga saham pada pasar sekunder dihari pertama. Pasar perdana sendiri merupakan kegiatan penawaran saham yang dilakukan oleh emiten yang melakukan *go public* untuk menjualkan sahamnya kepada masyarakat berdasarkan tata cara yang telah diatur oleh UU Pasar Modal dan Peraturan Pelaksanaannya, sedangkan pasar sekunder merupakan pasar yang dimana pemodal dapat melakukan jual beli saham setelah saham tersebut tercatat di bursa efek.

Dalam penelitian Harto dan Risqi (2013) menyatakan bahwa penentuan harga saham pada pasar perdana dilakukan berdasarkan kesepakatan antara emiten dengan *underwriter* (penjamin emisi) yang telah dipilih oleh perusahaan tersebut, sehingga dalam menentukan harga saham yang akan ditawarkan pada saat IPO

baik menurut emiten maupun *underwriter*. Hal ini merupakan hal yang sangat penting karena berkaitan dengan risiko yang ditanggung oleh *underwriter* dan besarnya dana yang diperoleh emiten. Besarnya dana yang diterima emiten merupakan hasil perkalian dari jumlah saham yang ditawarkan dengan harga per saham, sehingga ketika harga per saham tinggi maka dana yang diperoleh semakin besar dan otomatis proyek ekspansi yang akan dilakukan oleh emiten tersebut dapat terealisasi. Hal tersebut mengakibatkan emiten seringkali menentukan harga saham yang dijual pada pasar perdana dengan membuka penawaran harga yang tinggi, karena menginginkan pemasukan dana semaksimal mungkin (Kristiantari, 2013). Sedangkan *underwriter* yang merupakan penjamin emisi berusaha meminimalkan harga saham untuk menghindari risiko agar tidak mengalami kerugian akibat saham-saham yang ditawarkan tidak terjual, terutama dalam tipe penjaminan *full commitment* karena dalam tipe ini pihak *underwriter* akan membeli seluruh saham yang tidak laku terjual (Murtini, 2015)

Menurut Beatty dan Ritter (1986) *Underpricing* dapat menimbulkan dampak yang berbeda baik bagi perusahaan maupun investor. Jika dana yang diperoleh dari *go public* tidak maksimal maka akan terjadi *underpricing* dan perusahaan tidak akan untung. Sedangkan jika perusahaan tidak menerima keuntungan karena adanya perbedaan harga saham yang dibeli pada pasar perdana saat IPO dengan harga jual di hari pertama di pasar sekunder (*initial return*) maka investor akan mengalami kerugian. Pengujian pada saat IPO dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 1.1.

### Pengujian *Underpricing* pada Saat IPO



Banyak penelitian yang telah dilakukan mengenai faktor yang mempengaruhi *underpricing* pada suatu perusahaan yaitu reputasi *underwriter*, reputasi auditor, *financial leverage*, *profitabilitas*, dan ukuran perusahaan. Lestari, Hidayat, dan Sulasmiyati (2015) dalam penelitian yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Underpricing* Saham Pada Penawaran Umum Perdana di BEI periode 2012-2014 menyatakan bahwa *underwriter* sebagai pihak yang menjembatani kepentingan antara emiten dengan investor diduga memiliki pengaruh terhadap tinggi rendahnya suatu tingkat *underpricing*, selain itu dengan menggunakan jasa *underwriter* yang memiliki kualitas baik maka emiten juga dapat memberikan sinyal yang baik terhadap para calon investor. Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh I Dewa (2013) mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *underwriter* saham pada penawaran saham perdana di Bursa Efek Indonesia, yang menyatakan bahwa reputasi dapat dikatakan menjadi bagian penting bagi *underwriter* karena *underwriter* yang memiliki reputasi tinggi lebih mempunyai kepercayaan diri terhadap keberhasilan penawaran saham yang diserap oleh pasar. Dengan demikian terdapat kecenderungan *underwriter* yang

memiliki reputasi tinggi lebih berani memberikan harga yang tinggi sebagai konsekuensi dari kualitas penjamin, sehingga tingkat *underpricing* rendah. Menurut Assari, Juanda, dan Suprpti (2014) reputasi *underwriter* berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underwriter* kearah negatif. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Shoviyah (2013) menyatakan bahwa reputasi *underwriter* (penjamin emisi) tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

Selain *underwriter* menurut Lestari, Hidayat, dan Sulasmiyati (2015) Auditor dengan reputasi yang baik juga dapat mempengaruhi investor ketika akan melakukan pembelian saham di pasar perdana dan dapat memberikan sinyal yang baik terhadap calon investor, karena pada umumnya laporan yang telah diaudit oleh auditor yang mamiliki reputasi tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berada dalam kondisi yang baik sehingga dapat dipastikan bahwa investor yang menanamkan modalnya akan merasa aman. Aini (2013) menyatakan bahwa reputasi auditor berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*, sedangkan Adhiati (2015) menyatakan bahwa reputasi auditor tidak berpengaruh terhadap tingkat *underpricing*.

Putra dan Damayanthi (2013) menyatakan bahwa rasio hutang relatif mencerminkan risiko perusahaan. Akibatnya para investor cenderung menghindari saham-saham yang memiliki *financial leverage* tinggi untuk menghindari risiko investasi, dengan demikian *financial leverage* tidak dapat mengukur tinggi rendahnya *underpricing*. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Setianingrum dan Suwito (2008) menyatakan bahwa besar kecilnya *financial leverage*

perusahaan akan menunjukkan besar kecilnya risiko kegagalan perusahaan untuk mengembalikan pinjamannya sehingga dapat mempengaruhi pula penetapan harga saham yang telah ditetapkan pada saat IPO. Penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Damayanthi (2013) menunjukkan bahwa *financial leverage* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pahlevi R. W (2014) menunjukkan bahwa variabel *financial leverage* berpengaruh signifikan kearah positif terhadap *underpricing*.

Penelitian yang dilakukan oleh Lydia Soeryadjaya (2012) menunjukkan bahwa variabel *profitabilitas* berpengaruh kearah negatif terhadap *underpricing*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mailana Roza (2012) menunjukkan bahwa variabel *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurfauziah dan Safitri (2013) yang menunjukkan bahwa variabel *profitabilitas* yang diukur menggunakan ROA tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

Gunawan dan Jodin (2015) mengemukakan perusahaan dengan skala yang besar pada umumnya lebih mudah diketahui oleh masyarakat luas dibandingkan dengan perusahaan skala kecil. Terdapat beberapa hal yang dapat digunakan dalam menentukan ukuran suatu perusahaan, antara lain berapa banyak karyawan yang ada didalam perusahaan tersebut, berapa total aset, dan total penjualan yang telah tercapai dalam suatu periode. Penelitian yang telah dilakukan oleh aulya hayati (2014) menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Retnowati

(2013) menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*.

Terdapat ketidakkonsistenan dari berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, oleh sebab itu maka penulis tertarik untuk mengkaji ulang mengenai faktor-faktor yang menyebabkan *underpricing* pada suatu perusahaan yang melakukan IPO. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Underpricing* Pada Saat *Initial Public Offering* (IPO) “(Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah reputasi *underwriter* berpengaruh terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO?
2. Apakah reputasi auditor berpengaruh terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO?
3. Apakah *financial leverage* berpengaruh terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO?
4. Apakah *profitabilitas* berpengaruh terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO?

5. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh reputasi *underwriter* terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO
2. Untuk mengetahui pengaruh reputasi auditor terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO
3. Untuk mengetahui pengaruh *financial leverage* terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO
4. Untuk mengetahui pengaruh *profitabilitas* terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO
5. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu :

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan secara teoritis maupun pengalaman praktis dalam mengembangkan penelitian lebih lanjut.

2. Bagi Emiten atau Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan sebelum perusahaan melakukan IPO yaitu dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *underpricing*, dan dapat memberikan perhatian khusus akan terjadinya fenomena *underpricing*.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi, menambah wawasan dan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini mengacu pada Pedoman Penulisan Skripsi Program Studi Akuntansi 2018 Universitas Islam Indonesia yang disusun dalam lima bab. Adapun penjelasan dari masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut :

#### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjabarkan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini menjabarkan mengenai landasan teori meliputi permasalahan yang diteliti dan pengertian variabel, telaah penelitian terdahulu, hipotesis penelitian, dan kerangka pemikiran.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjabarkan mengenai metode penelitian yang berisi populasi dan sampel penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, definisi dan pengukuran variabel penelitian, dan metode analisis data.

## **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjabarkan mengenai perhitungan dalam penelitian, meliputi hasil analisis data yang diperoleh dari sampel penelitian yang ada dan alat analisis yang diperlukan. Pada bab ini dijabarkan pula terkait dengan hasil dari penelitian untuk memastikan sesuai atau tidaknya dengan hipotesis penelitian.

## **BAB V PENUTUPAN**

Pada bab ini menjabarkan mengenai kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan saran dari penulis untuk penelitian selanjutnya.