BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan adanya globalisasi yang didukung oleh kemajuan teknologi dan komunikasi menyebabkan iklim persaingan usaha menjadi semakin ketat. Hal ini mendorong perusahaan melakukan ekspansi supaya mampu bertahan dalam persaingan dan dapat mengembangkan usahanya, diantaranya adalah dengan cara hutang atau dengan menambah jumlah kepemilikan saham dengan penerbitan saham baru. Untuk menambah jumlah kepemilikan saham perusahaan dapat dilakukan dengan menjual saham kepada pemegang saham yang sudah ada, menjual saham kepada pemilik tunggal atau dengan melakukan penawaran sahamnya ke masyarakat umum. Proses penawaran sebagian saham perusahaan kepada masyarakat melalui bursa efek disebut *Go Public*.

Go Public adalah suatu perusahaan yang baru pertama kali menawarkan sahamnya kepada masyarakat pemodal. Untuk menjadi perusahaan *Go Public* yang sahamnya dicatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI), perusahaan perlu memperoleh persetujuan dari BEI dengan mengajukan permohonan pencatatan kepada BEI dengan melampirkan dokumen-dokumen yang diperlukan.

Transaksi penawaran umum penjualan saham perdana atau disebut IPO (*Initial Public Offering*) untuk pertama kalinya terjadi di pasar perdana

(*primary market*) kemudian saham dapat diperjualbelikan di bursa efek, yang disebut pasar sekunder (*secondary market*). Harga saham pada penawaran perdana ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama antara perusahaan emiten dengan *underwriter* (penjamin emisi efek) yang ditunjuk oleh perusahaan emiten, sedangkan harga saham di pasar sekunder ditentukan oleh mekanisme pasar.

Underwriter akan menyediakan saran-saran penting yang dibutuhkan selama proses rencana penjualan saham pada IPO. Walaupun emiten dan *underwriter* bersama-sama mengadakan kesepakatan dalam menentukan harga saham perdana, namun sebenarnya mereka masing-masing memiliki tujuan yang berbeda. Pihak emiten menginginkan harga saham perdana yang tinggi agar dana yang diperoleh untuk modal usaha besar sedangkan disisi lain *underwriter* mengharapkan harga saham pada IPO tidak terlalu tinggi dengan harapan akan dapat terserap oleh IPO.

Underwriter dalam hal ini memperoleh informasi lebih baik mengenai permintaan saham-saham emiten dibanding emiten itu sendiri. Oleh karena itu *underwriter* akan memanfaatkan informasi yang dimilikinya untuk memperoleh kesepakatan optimal dengan emiten, yaitu dengan memperkecil risiko keharusan membeli saham yang tidak laku terjual dengan harga murah, sehingga emiten harus menerima dengan harga murah bagi saham perdananya. Dengan demikian akan terjadi *underpricing*, yang berarti penentuan harga saham di pasar perdana lebih rendah dibanding harga saham di pasar sekunder pada saham yang sama. Sebaliknya bila harga saham perdana lebih tinggi dibanding harga saham yang sama, maka akan terjadi *overpricing*.

Hasil literatur dan penelitian yang dilakukan oleh beberapa ahli seperti Roskarina Setianingrum & K. Tjilik Suwito (2008), Apriliani Triani & Nikmah (2006) ada beberapa faktor yang mempengaruhi *underpricing* harga saham di BEI, baik itu yang bersifat internal maupun eksternal. Faktor internal tersebut antara lain : umur perusahaan, ukuran perusahaan, *financial leverage*, profitabilitas perusahaan, solvabilitas perusahaan, ukuran penawaran, dan jenis industri. Sedangkan faktor eksternal antara lain : pengaruh kondisi pasar, pengalaman emiten, reputasi *underwriter*, kepastian hukum, pengalaman penjamin emisi, dan reputasi auditor.

Guna menciptakan harga saham yang ideal, terlebih dahulu perlu dipelajari faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* agar suatu perusahaan yang akan *Go Public* dapat terhindar dari kerugian harga yang lebih rendah atas pasar sahamnya. Penelitian tentang faktor yang mempengaruhi *underpricing* telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Meskipun demikian, penelitian tentang faktor yang mempengaruhi *underpricing* masih dianggap menarik untuk diteliti karena adanya inkonsistensi hasil penelitian (*research gap*). Diantaranya profitabilitas perusahaan, *Return on Asset* (ROA) merupakan salah satu dari rasio profitabilitas. Rasio ini menunjukkan keefektifan operasional perusahaan dalam menghasilkan laba (*profit*) dengan aset yang tersedia. Profitabilitas perusahaan yang tinggi akan mengurangi ketidakpastian IPO sehingga mengurangi tingkat *underpricing*.

Penelitian Roskarina (2008), variabel profitabilitas tidak berpengaruh secara simultan terhadap tingkat *underpricing* sedangkan pada penelitian Imam

(2002) variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*.

Perusahaan dengan skala besar lebih dikenal masyarakat daripada perusahaan dengan skala yang lebih kecil. Karena itu, informasi mengenai perusahaan dengan skala besar lebih banyak beredar daripada perusahaan dengan skala yang kecil. Bila informasi ditangan investor banyak maka tingkat ketidakpastian investor akan masa depan perusahaan dapat diketahui. Dengan demikian tingkat *underpricing* saham bagi perusahaan besar cenderung lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil (Kim, et al. 1993 dalam Novita Indrawati, 2005).

Penelitian Saputro (2005) variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Yoga (2009) yang menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat *underpricing*.

Adanya hasil yang beragam dan terjadinya *research gap* dari penelitian terdahulu pada perusahaan *Go Public* yang mengalami *underpricing*, maka penulis tertarik untuk melakukan pengkajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *underpricing* saham, khususnya pada perusahaan yang melakukan *Go Public* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Periode waktu penelitian yang digunakan adalah tahun 2007-2011.

Dengan mengetahui apa dan bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* di BEI dapat membantu pihak manajemen perusahaan tersebut dalam pengambilan keputusan mengenai pemenuhan

kebutuhan dana melalui penawaran umum penjualan saham perdana untuk mencapai struktur modal yang optimal pada khususnya dan juga investor pada umumnya.

Dari latar belakang tersebut diatas, maka judul dalam penelitian ini adalah: **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR INTERNAL YANG MEMPENGARUHI *UNDERPRICING* SAHAM PADA PERUSAHAAN *GO PUBLIC* DI BURSA EFEK INDONESIA (TAHUN 2007-2011)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah Ukuran Perusahaan dan Kinerja Keuangan dengan indikator ROA, *Financial Leverage* dan Likuiditas mempengaruhi *underpricing* saham yang terdaftar di BEI saat melakukan *Initial Public Offering* periode tahun 2007-2011 ?.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan antara lain :

1. Untuk menguji pengaruh variabel Ukuran Perusahaan dan Kinerja Keuangan dengan indikator ROA, *Financial Leverage* dan Likuiditas terhadap *Underpricing* pada periode 2007-2011 di BEI.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini menambah manfaat bagi penulis yaitu sebagai pengetahuan serta memperluas wawasan mengenai faktor-faktor apa saja mempengaruhi *underpricing* saham perusahaan *Go Public* di BEI.

2. Bagi Perusahaan

Peelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi emiten ataupun calon emiten dalam menentukan harga yang sesuai pada saat penawaran saham perdana, sehingga perusahaan dapat memperoleh tambahan modal yang relatif murah dan maksimal.

3. Bagi STIE Perbans Surabaya

Sebagai informasi bagi rekan-rekan mahasiswa STIE PERBANAS dalam mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor apa saja mempengaruhi *underpricing* saham perusahaan *Go Public* di BEI.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran singkat, penelitian ini dibagi dalam lima bab secara garis besarnya disusun sebagai berikut :

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian.

Bab III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang prosedur penelitian dengan menggunakan langkah – langkah yang sistematis diantaranya Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan sampel, Data dan Metode Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data.

Bab IV: GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini dijelaskan tentang Gambaran Subjek Penelitian dan Analisis Data.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini dijelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk penyempurnaan bagi penelitian selanjutnya.