

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya, tujuan perusahaan adalah untuk mencapai laba maksimal, pengembangan perusahaan serta menjaga kelangsungan hidup perusahaan (Ratnasari & Hudiwinarsih, 2013). Kebutuhan akan penambahan modal juga semakin besar seiring dengan perkembangan perusahaan. Hal – hal inilah yang akan mendorong manajemen untuk memilih salah satu dari alternatif – alternatif pembiayaan yang dapat digunakan, antara lain dengan menggunakan modal sendiri, mengeluarkan surat hutang (obligasi), hutang kepada pihak bank, atau melalui mekanisme penyertaan yang umumnya dilakukan dengan menjual saham perusahaan kepada publik atau sering dikenal dengan *go public* (Altensy, 2015). Perusahaan yang berkeinginan untuk *go public* maka, perusahaan tersebut harus melakukan penawaran saham perdana atau *Initial Public Offering* (IPO) pada pasar perdana. Banyaknya perusahaan yang berkeinginan untuk *go public* akan mengakibatkan banyaknya persaingan antar perusahaan yang satu dengan yang lain untuk mendapatkan investor yang menanamkan modalnya melalui IPO (Isfaatun & Hatta, 2010). Fenomena yang sering terjadi di perusahaan yang sedang melakukan IPO adalah *underpricing*, yakni penentuan harga saham di pasar perdana saat IPO lebih rendah dibandingkan dengan harga saham setelah diperdagangkan.

Seperti yang diungkapkan oleh (Yovanda, 2016) pada sebuah situs berita elektronik yakni sindo news, PT Prodia Widyahusada Tbk (PRDA) resmi memperdagangkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai emiten ke-15 tahun ini (2016). Harga saham perdana perusahaan jasa layanan kesehatan saat pertama kali di buka sempat turun 200 poin dari Rp. 6.500 menjadi Rp. 6.300. Perseroan melepas sebanyak 187,5 juta saham pada saat melakukan penawaran umum perdana saham (*Initial Public Offering*), dengan harga penawaran Rp. 6.500/lembar. Akan tetapi saham emiten berkode PRDA ini langsung melesat ke level Rp. 6.700 dengan total volume perdagangan 485 lot. Adapun total dana segar dari IPO ditarget mencapai Rp. 1,22 triliun dengan menawarkan sahamnya dikisaran Rp. 6.250 – Rp. 8.000 per saham. Dana hasil IPO sebesar 67% nantinya akan digunakan untuk mengembangkan dan memperbesar jaringan outlet Prodia di Indonesia, sebesar 19% untuk memperkuat kemampuan dan kualitas layanan melalui peralatan teknologi diagnostik terbaru dan sisanya 14% untuk perkuat modal kerja.

Salah satu alternatif pembiayaan yang dapat digunakan oleh perusahaan *go public* adalah *Initial Public Offering (IPO)*, yaitu dengan melakukan penerbitan saham baru untuk dijual di pasar perdana sebelum diperdagangkan di bursa efek. Namun terdapat permasalahan yang akan dihadapi oleh perusahaan saat melakukan kegiatan *Initial Publik Offering (IPO)* yaitu terjadinya *underpricing*, dimana harga saham pada waktu penawaran perdana relatif lebih rendah dibanding saat diperdagangkan di pasar sekunder (Altensy, 2015).

Hal yang mengindikasikan bahwa tingkat *underpricing* saham yang berbeda-beda disetiap perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan oleh seorang investor sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi, investor perlu memperhatikan tingkat *profitabilitas*. ROE merupakan sebuah rasio profitabilitas yang digunakan oleh pemegang saham untuk menilai kinerja perusahaan yang bersangkutan. ROE menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola modal sendiri untuk menghasilkan laba (Altensy, 2015). Peneliti sebelumnya (Ratnasari & Hudiwinarsih, 2013) melihat adanya pengaruh antara profitabilitas dengan *underpricing*, sementara dalam penelitian (Altensy, 2015) tidak melihat adanya pengaruh antara profitabilitas dengan *underpricing*.

Sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi, investor perlu memperhatikan jumlah saham yang ditawarkan *emiten* ke publik pada waktu penawaran perdana. Proporsi saham yang ditawarkan dapat digunakan sebagai gambaran terhadap faktor ketidakpastian yang akan diterima oleh investor. Besarnya persentase jumlah saham yang dilepaskan publik diperkirakan dapat menarik minat investor untuk membeli (Fakhrudin, 2008:80). Peneliti sebelumnya (Retnowati, 2013) melihat penawaran saham berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*, sementara dalam penelitian (Gumanti & Nurhayati, 2014) menemukan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan antara persentase penawaran saham dengan tingkat *underpricing*.

Selain melihat informasi keuangan, investor juga perlu memperhatikan faktor ekonomi makro yakni inflasi. Inflasi merupakan gejala kenaikan tingkat harga

umum dari waktu ke waktu (Suwardjono, 2013:628). Dalam prinsip – prinsip berinvestasi inflasi merupakan salah satu faktor yang diperhitungkan karena keterkaitannya dengan nilai waktu dari uang. Peneliti terdahulu dalam studi pasar saham Nigeria, (Yaya & Shittu, 2010) menemukan bahwa tingkat inflasi sebelumnya memiliki pengaruh signifikan terhadap *underpricing*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Bruce & Thilakarathne, 2015) tidak melihat adanya pengaruh tingkat inflasi dengan *underpricing*.

Setelah melihat informasi keuangan dan ekonomi makro, investor juga perlu memperhatikan faktor informasi non keuangan yakni reputasi *underwriter*. *Underwriter* berfungsi sebagai penjamin dan penasehat bagi calon emiten. Dalam menentukan harga penawaran saham perdana tidaklah mudah karena tidak ada harga sebelumnya yang dapat diobservasi dalam menetapkan harga penawaran saham. Oleh karena itu, emiten dapat bekerjasama dengan *underwriter* untuk membantu segala keperluan penerbitan saham termasuk dalam menetapkan harga saham perdana. *Underwriter* sebagai pihak yang paling banyak keterlibatannya dalam membantu emiten dalam rangka penerbitan saham. Kegiatan yang dilakukan penjamin emisi antara lain menyiapkan berbagai dokumen, membantu menyiapkan prospektus dan memberikan penjaminan atas penerbitan (Martalena dan Malinda, 2011:22).

Investor dalam menentukan keputusan investasi pada perusahaan yang sedang *go public* mempertimbangkan reputasi *underwriter*. Investor berharap pada *underwriter* yang memiliki reputasi baik. Semakin baik reputasi *underwriter* diharapkan memberikan informasi semakin baik tentang emiten kepada calon

investor. (Ammer, 2016), (Wu, 2014) dan (Ratnasari & Hudiwinarsih, 2013) dalam penelitiannya menemukan bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh terhadap *underpricing*, sementara penelitian (Lestari, Hidayat, & Sulasmiyati, 2015) tidak menemukan adanya pengaruh antara reputasi *underwriter* dengan *underpricing*.

Beberapa peneliti memberikan hasil penelitian yang berbeda-beda tentang faktor yang mempengaruhi *underpricing*, maka fenomena ini menarik untuk dikaji lebih lanjut, yang berdasarkan latar belakang dan dari berbagai penelitian yang sudah ada, dimana dalam penelitian sebelumnya terlihat hasil penelitian yang tidak selalu konsisten, baik yang dilakukan di Indonesia maupun di luar negeri, kemudian perlu dilakukan penelitian tersendiri untuk jenis industri tertentu sehingga terlihat seberapa besar tingkat *underpricing*nya. Berdasarkan hal-hal ini masih perlu dilakukan penelitian kembali terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* seperti profitabilitas, persentasentase penawaran saham, inflasi dan reputasi *underwriter*.

Dari penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **Pengaruh Profitabilitas, Persentase Penawaran Saham, Inflasi dan Reputasi Underwriter terhadap Tingkat Underpricing Saham.**

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian yang ada didalam latar belakang, maka masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap tingkat *underpricing* saham?
2. Apakah persentase penawaran berpengaruh terhadap tingkat *underpricing* saham?
3. Apakah tingkat inflasi berpengaruh terhadap tingkat *underpricing* saham?
4. Apakah reputasi *underwriter* berpengaruh terhadap tingkat *underpricing* saham?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada dan telah dirumuskan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap tingkat *underpricing* saham
2. Mengetahui pengaruh persentase penawaran saham terhadap tingkat *underpricing* saham
3. Mengetahui pengaruh tingkat inflasi terhadap tingkat *underpricing* saham
4. Mengetahui pengaruh reputasi *underwriter* terhadap tingkat *underpricing* saham

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait. Adapun manfaat bagi pihak-pihak terkait dalam penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi bagi pembaca, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *underpricing*.

2. Manfaat bagi Investor

Sebagai bahan pertimbangan bagi para investor dalam mengambil sebuah keputusan.

3. Manfaat bagi Emiten

Sebagai bahan pertimbangan para emiten dalam melakukan penawaran perdana guna memperoleh harga yang baik.

#### 1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan proposal ini memberikan gambaran yang menyeluruh terhadap isi penelitian ini dibagi menjadi 3 (tiga) bab sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab satu menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab dua menjelaskan mengenai penelitian terdahulu yang berisi terkait perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab tiga menjelaskan tentang prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu dalam penelitian langkah-langkah sistematis, bab ini menjelaskan metodologi penelitian termasuk sampel yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data, identifikasi dan pengukuran variabel, serta model penelitian, teknik analisis data, dan pengujian hipotesis.

## **BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN**

Pada bab empat menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian ini dan menguraikan hasil-hasil pengujian yang telah dilakukan. Pengujian yang dilakukan mulai dari uji statistik, uji deskriptif, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Pada bab ini juga membahas hasil pengujian secara rinci.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab lima menjelaskan tentang pembahasan hasil secara singkat , menguraikan keterbatasan penelitian serta saran bagi para pembacanya.