

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Di dalam perkembangan sebuah perusahaan membutuhkan tambahan modal. Oleh karena itu, hal ini menuntut manajemen perusahaan untuk memilih apakah tambahan modal akan dilakukan secara internal atau eksternal. Secara internal sumber dana perusahaan dapat bersumber dari laba ditahan sedangkan sumber dana eksternal perusahaan dapat berasal dari utang bank, pengeluaran surat utang (obligasi), dan dengan pendanaan yang bersifat penyertaan dalam bentuk saham (ekuitas). Tambahan modal yang berasal dari pendanaan melalui mekanisme penyertaan umumnya dilakukan dengan menjual saham perusahaan kepada masyarakat atau sering disebut dengan *go public* (Humaira: 2013). Setelah perusahaan memutuskan untuk *go public*, maka harus diawali dengan *IPO (Initial Public Offering)* yaitu suatu kegiatan perusahaan di pasar modal ketika menjual sahamnya untuk pertama kali kepada investor. *IPO* ini hanya terjadi di pasar perdana (*primary market*), yaitu pasar bagi perusahaan yang melakukan penawaran umum untuk menjual sahamnya pertama kalinya kepada investor. Bagi pihak manajemen pada perusahaan yang melakukan *IPO* harus mendefinisikan apa yang menjadi visi dan misi perusahaan dengan jelas dan kuat demi menarik minat dan meyakinkan investor dalam keputusan berinvestasi. Investor yang membeli saham pada saat *IPO*, dapat memperjualbelikan kembali saham tersebut dengan melakukan transaksi yang terjadi di pasar sekunder (*secondary market*). Penelitian

ini menggunakan signaling theory sedangkan sampel yang digunakan yaitu perusahaan yang IPO tahun 2010-2015.

**Tabel 1.1**  
**FENOMENA UNDEPRICING TAHUN 2016**

<b>Perusahaan IPO</b>	<b>Tanggal IPO</b>	<b>Offering</b>	<b>Close</b>	<b>Keterangan</b>
ARTO	12 Jan 2016	155	155	Return Nol
MTRA	10 Feb 2016	200	203	Underpricing
MARI	11 Feb 2016	750	745	Overpricing
BGTG	12 Mei 2016	98	105	Underpricing
POWR	14 Jun 2016	1500	1540	Underpricing
SHIP	16 Jun 2016	157	238	Underpricing
DAYA	28 Jun 2016	189	189	Return Nol
JGLE	29 Jun 2016	170	173	Underpricing
OASA	18 Jul 2016	197	200	Underpricing
CASA	19 Jul 2016	344	354	Underpricing
WSBP	20 Sep 2016	490	540	Underpricing
AGII	28 Sep 2016	1050	1050	Return Nol
PBSA	28 Sep 2016	1550	1550	Return Nol
PRDA	7 Des 2016	4600	4610	Underpricing
BOGA	19 Des 2016	175	236	Underpricing

Tahun 2016 tingkat *underpricing* masih tinggi yaitu mencapai angka 66,7%. Terjadinya *underpricing* ini menyebabkan kerugian pada emiten karena

dana yang diperoleh dari publik tidak maksimal. Perusahaan yang mengalami *underpricing* pada saat *IPO* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, profitabilitas, reputasi *underwriter*, reputasi auditor, price earning ratio, persentase pemegang saham. Rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur seberapa besar efektivitas manajemen atau eksekutif perusahaan yang dibuktikan dengan kemampuan menciptakan keuntungan atau perlu ditambahkan mampu menciptakan nilai tambah ekonomis perusahaan, Humaira (2013). Rasio ini lebih diminati oleh para pemegang saham dan manajemen perusahaan sebagai salah satu alat keputusan investasi.

Profitabilitas fokus mengukur pada laba perusahaan. tentu saja perusahaan besar diharapkan menghasilkan lebih banyak laba daripada perusahaan kecil, jadi untuk memfasilitasi perbandingan lintas perusahaan, total laba diekspresikan dalam basis per-rupiah. Profitabilitas perusahaan yang tinggi akan mengurangi ketidakpastian *IPO* sehingga mengurangi tingkat *underpricing*. Hasil penelitian Rangga Radipria, Meina Wulansari Yusniar, Asrid Juniar (2016) *return on asset* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Sedangkan hasil penelitian D. Alviani dan A. Lasmana (2016) *return on asset* berpengaruh terhadap *underpricing*.

*Underwriter* adalah pihak penjamin emisi sebuah perusahaan pada saat *IPO*. *Underwriter* dalam hal ini memperoleh informasi lebih baik mengenai permintaan saham-saham emiten, dibandingkan emiten itu sendiri. Oleh karena itu, *underwriter* akan memanfaatkan informasi yang dimiliki untuk memperoleh kesepakatan optimal dengan emiten agar perusahaan *underpricing*. Hasil penelitian Dyah Ayuk Siti H. (2016) reputasi *underwriter* tidak berpengaruh signifikan

terhadap *underpricing*. Sedangkan hasil penelitian Reza Widhar (2016) reputasi *underwriter* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *underpricing*.

Penggunaan auditor yang bereputasi tinggi dapat digunakan sebagai tanda petunjuk terhadap kualitas perusahaan emiten, Rangga dan Meina (2013). Oleh karena itu, perusahaan yang akan melakukan IPO akan memilih KAP yang memiliki reputasi yang baik. Auditor yang mempunyai reputasi tinggi, akan mempertahankan reputasinya dengan memberikan kualitas pengauditan yang tinggi pula. Hasil penelitian Andina Dwi Cahyanda (2013) reputasi auditor tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing*. Sedangkan hasil penelitian Reza Widhar (2013) tidak mempunyai pengaruh signifikan pada tingkat *underpricing*.

Price Earning Ratio merupakan suatu rasio yang lazim dipakai untuk mengukur harga pasar (market price) setiap lembar saham biasa dengan laba per lembar saham. Ukuran ini melibatkan suatu jumlah yang tidak secara langsung dikendalikan oleh perusahaan harga pasar saham biasa. Rasio harga atau laba mencerminkan penilaian pemodal terhadap pendapatan dimasa mendatang, Simamora (2000 : 531). Hasil penelitian D. Alviani dan A. Lasmana (2016) *price earning ratio* berpengaruh terhadap *underpricing*. Sedangkan hasil penelitian Humaira Enika (2016) *price earning ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*.

Perusahaan akan menawarkan persentase kepemilikan perusahaan atau yang disebut persentase pemegang saham kepada investor pada saat melakukan Initial Public Offering (*IPO*). Persentase penawaran dinyatakan dalam bentuk

berupa lembaran saham perdana dan hasil dari penjualan saham perdana tersebut digunakan untuk ekspansi perusahaan. Hasil penelitian Reza Widhar Pahlevi (2016) persentase pemegang saham tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Sedangkan hasil penelitian Rista Maya (2013) persentase pemegang saham berpengaruh signifikan positif terhadap *underpricing*.

Melihat adanya fenomena *underpricing* dan belum adanya konsistensi hasil pada penelitian-penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing*. Maka penelitian ini ingin meneliti kembali dan mengkaji lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dilakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PROFITABILITAS, REPUTASI UNDERWRITER, REPUTASI AUDITOR, PRICE EARNING RATIO, PERSENTASE PEMEGANG SAHAM TERHADAP UNDERPRICING”**

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat diketahui bahwa prediksi untuk kondisi *underpricing* penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Dengan demikian maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah profitabilitas (*ROA*) berpengaruh terhadap *underpricing* periode 2010-2015?
2. Apakah reputasi *underwriter* berpengaruh terhadap *underpricing* periode 2010-2015?

3. Apakah reputasi auditor berpengaruh terhadap *underpricing* periode 2010-2015?
4. Apakah *price earning ratio (PER)* berpengaruh terhadap *underpricing* periode 2010-2015?
5. Apakah persentase pemegang saham berpengaruh terhadap *underpricing* periode 2010-2015?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, reputasi *underwriter*, reputasi auditor, *price earning ratio*, persentase pemegang saham terhadap *underpricing* pada perusahaan yang IPO tahun 2010-2015.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* ini diharapkan dapat memperoleh manfaat, antara lain :

1. Bagi perusahaan, untuk perusahaan yang belum *IPO* atau belum *go public* sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan penentuan harga saham bila akan melakukan *IPO*
2. Bagi pembaca, memberikan tambahan pengetahuan dan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas (ROA), reputasi *underwriter*, reputasi auditor, *price earning ratio*, persentase pemegang saham terhadap tingkat *underpricing*.

3. Bagi investor yang akan berinvestasi dengan membeli saham perusahaan yang IPO, untuk tidak hanya memperhatikan informasi-informasi keuangan perusahaan saja, tetapi juga informasi berupa reputasi auditor yang digunakan oleh perusahaan. Selain itu untuk strategi investasi pasar modal, sehingga dapat mengambil keputusan investasi yang dapat mendatangkan keuntungan.

#### **1.5. Sistematika Penelitian**

Dalam upaya untuk mempermudah pembahasan dan penyajian dalam penelitian ini, sistematika penulisan proposal adalah sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjelaskan tentang permasalahan atau topik penelitian, rumusan masalah yang menjelaskan tentang masalah yang nantinya akan menghasilkan jawaban melalui penelitian, tujuan penelitian yang menjelaskan tentang hal-hal yang ingin diketahui oleh peneliti dalam melakukan penelitian, manfaat penelitian yang menjelaskan tentang hal-hal yang ingin diperoleh dengan dilakukannya penelitian, serta sistematika penulisan yang menjelaskan tentang isi dari masing-masing bab meliputi sub bab yang akan ditulis oleh peneliti.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, landasan teori yang menjelaskan tentang teori-teori yang

mendasari penelitian, kerangka pikir yang menggambarkan alur hubungan variabel yang akan diteliti berdasarkan penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang rancangan penelitian yang menjelaskan tentang jenis penelitian yang akan dilakukan, batasan penelitian yang menjelaskan tentang ruang lingkup atau variabel penelitian yang akan digunakan, identifikasi variabel yang menjelaskan tentang variabel yang akan diamati, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang menjelaskan secara rinci tentang tahap-tahap yang akan dilakukan dalam menganalisis data.

### **BAB IV : GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN DATA**

Pada bab ini akan diuraikan penjelasan mengenai gambaran subyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini beserta analisis data dan pembahasan.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya.