

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tajamnya kompetisi dan luasnya skala persaingan didukung oleh kemajuan teknologi dan komunikasi membuat banyak perusahaan berlomba-lomba untuk melakukan ekspansi agar mampu bertahan dan mengembangkan usahanya. Untuk melakukan ekspansi, perusahaan memerlukan tambahan modal yang cukup besar, untuk itu diperlukan untuk mencari sumber dana.

Alternatif sumber dana yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah modal yang berasal dari dalam perusahaan, misalnya laba yang ditahan dan akumulasi penyusutan. Selain modal yang berasal dari dalam perusahaan, modal juga bisa berasal dari luar perusahaan yaitu melalui utang pada supplier, meminjam di bank, atau menerbitkan hak kepemilikan (saham) kepada masyarakat di pasar modal.

Pasar modal adalah suatu tempat yang terorganisasi di mana efek-efek diperdagangkan yang disebut Bursa Efek. Bursa efek atau *stock exchange* adalah suatu sistem yang terorganisasi yang mempertemukan penjual dan pembeli efek yang dilakukan baik secara langsung maupun melalui broker (Dahlan Siamat, 2008). Pasar modal disini mencakup pasar perdana (*Primary Market*) dan pasar sekunder (*Secondary Market*). Pasar perdana adalah pasar dimana untuk pertama kalinya efek baru dijual kepada investor oleh perusahaan yang mengeluarkan efek tersebut atau yang lebih dikenal dengan istilah *go public*.

Sebelum saham diperdagangkan di pasar sekunder, terlebih dahulu saham perusahaan harus dijual di pasar perdana. Tujuan yang ingin dicapai melalui pasar perdana adalah emiten mendapatkan dana sebesar jumlah saham yang ditawarkan. Kegiatan yang dilakukan dalam rangka penawaran umum penjualan saham perdana disebut IPO (*initial public offering*).

Masalah yang seringkali timbul dari kegiatan IPO adalah terjadinya *underpricing* yang menunjukkan bahwa sebenarnya harga saham pada waktu penawaran perdana relatif lebih rendah dibanding pada saat diperdagangkan di pasar sekunder. Para pemilik perusahaan yang akan *go public* pada umumnya berupaya meminimalkan *underpricing*. *Underpricing* tidak menguntungkan bagi perusahaan yang melakukan *go public* karena dana yang diperoleh tidak maksimal. Sebaliknya bila terjadi *overpricing*, investor kehilangan kesempatan untuk mendapatkan *initial return* (Dinah Juma'atin, 2006).

*Initial return* adalah keuntungan yang diperoleh pemegang saham karena perbedaan harga saham yang dibeli di pasar perdana (saat IPO) dengan harga jual saham bersangkutan di hari pertama di pasar sekunder (Daljono, 2000). Harga yang terjadi di pasar sekunder ditentukan oleh mekanisme pasar yang telah ada melalui kekuatan permintaan dan penawaran saham tersebut di pasar modal.

Kondisi harga saham yang *underpricing* juga dapat dipakai oleh para investor untuk mendapatkan *capital gain*. *Capital gain* merupakan selisih antara harga jual saham dengan harga beli saham setelah kepemilikan beberapa waktu. Ketika perusahaan melakukan IPO, harga saham yang dijual di pasar perdana

telah ditentukan terlebih dahulu atas kesepakatan antara emiten dengan penjamin emisi (*underwriter*).

*Underwriter* dalam hal ini memiliki informasi yang lebih baik mengenai permintaan terhadap saham yang dimiliki *emiten*, dibanding *emiten* itu sendiri (Daljono, 2000). Oleh karena itu, *underwriter* menggunakan informasi yang dimilikinya untuk mencapai kesepakatan yang optimal dengan emiten agar dapat mengurangi risiko yang harus ditanggung *underwriter*, hal ini karena apabila saham yang dia jamin tidak laku maka *underwriter* harus membeli sisa saham tersebut sebesar harga penawaran dikalikan dengan sisa saham yang tidak laku dijual, fenomena ini membuat emiten menerima harga yang murah bagi penawaran saham perdananya (Hari Saputro dan Mahastuti Agung, 2005). Kondisi *asimetry* informasi inilah yang menyebabkan terjadinya *underpriced* dimana *underwriter* merupakan pihak yang memiliki kelebihan informasi dan menggunakan ketidaktahuan emiten untuk memperkecil risiko. Dengan demikian akan terjadi *underpricing*. (Aiza Hayati : 2007)

Meskipun studi tentang *underpricing* telah banyak dilakukan, namun penelitian dibidang ini masih dianggap masalah yang menarik untuk diteliti karena adanya inkonsistensi hasil penelitian, serta kebanyakan penelitian lebih memfokuskan pada informasi non keuangan. Banyak rasio-rasio keuangan yang mungkin mempengaruhi *underpricing*. Hal inilah yang mendorong penelitian dilakukan dibidang ini.

Imang Dapit Pamungkas (2013) dan Sarma Uli Irawati (2010) berhasil membuktikan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Asih Yuli Astuti dan Syahyunan (2013, Yoga (2009) yang menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat *underpricing*.

Imang Dapit Pamungkas (2013) berhasil membuktikan variabel umur perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *underpricing*. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Asih Yuli Astuti dan Syahyunan (2013) bahwa variabel umur perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *initial return*.

Penelitian Razafindrabinina dan Kwan (2013), dan penelitian Asih Yuli Astuti dan Syahyunan (2013) berhasil menunjukkan bahwa reputasi *underwriter* mampu mempengaruhi tingkat *underpricing*. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan melalui penelitian yang dilakukan oleh Imang Dapit Pamungkas (2013) dan Sarma Uli Irawati (2010) bahwa mereka tidak dapat membuktikan adanya pengaruh reputasi *underwriter* terhadap *underpricing*.

Menurut hasil penelitian Sarma Uli Irawati (2010) variabel ROI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *initial return*. Namun penelitian Suyatmin dan Sujadi (2006) membuktikan bahwa variabel ROI tidak memiliki pengaruh terhadap *underpricing*.

Hasil penelitian Pamungkas (2013), Zirman dan Edfan (2013) variabel *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *initial return*. Sedangkan pada penelitian Sarma Uli Irawati (2010) berhasil menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *underpricing*.

Hasil penelitian Sarma Uli Irawati (2010) menunjukkan bahwa variabel EPS mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap *underpricing*. Hasil yang berbeda dinyatakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Asih Yuli Astuti dan Syahyunan (2013) bahwa EPS tidak memiliki pengaruh terhadap *underpricing*.

Hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan adanya *research gap* dan *fenomena gap* pada perusahaan *go public* yang mengalami *underpricing*, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *go public* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini menggunakan variabel rasio keuangan dan non keuangan guna untuk mengetahui tingkat *underpricing*. Variabel rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah ROI (*return on investment*), Leverage, dan EPS (*earning per share*). Periode waktu penelitian yang digunakan adalah tahun 2006-2012. Sesuai dengan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis mengambil judul :

***“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing Pada Perusahaan yang Melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2009-2013”.***

## 1.2 Perumusan Masalah Penelitian

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *go public* ?
2. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *go public* ?
3. Apakah reputasi *underwriter* berpengaruh terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *go public* ?
4. Apakah *Return On Investment* (ROI) berpengaruh terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *go public* ?
5. Apakah *Financial Leverage* berpengaruh terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *go public* ?
6. Apakah *Earning Per Share* berpengaruh terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *go public* ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *go public*.
2. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *go public*
3. Untuk mengetahui pengaruh reputasi *underwriter* terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *go public*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Return On Investment* (ROI) terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *go public*.

5. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Leverage* terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *go public*.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Earning Per Share* terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *go public*.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Bagi Kalangan Akademis

Diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang faktor yang mempengaruhi *Underpricing* dan dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang terkait dan sejenis.

2. Bagi Investor

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat keputusan untuk menginvestasikan dana di pasar modal.

3. Bagi Emiten

Sebagai bahan pertimbangan didalam melakukan penawaran perdana di BEJ untuk memperoleh harga yang baik, agar saham yang ditawarkan dapat terjual semua.

## **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang masalah yang ditujukan untuk mengetahui apa yang menjadi permasalahan dari penelitian ini. Selain itu juga untuk mengetahui rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab tinjauan pustaka berisi tentang penelitian terdahulu, uraian dari teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar untuk mendukung penelitian dari masalah yang dibahas, kerangka pemikiran yang menjelaskan masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan hipotesis dari penelitian ini.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab metodologi penelitian menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian, jenis dan metode pengumpulan data, teknik analisis data untuk menguji hipotesis.

### **BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Bab gambaran subyek penelitian dan analisis data berisi tentang penjelasan secara garis besar mengenai populasi dari penelitian serta aspek-aspek dari sampel yang nantinya akan dianalisis, serta teknik analisis data dan pembahasan mengenai hasil penelitian.

## BAB V PENUTUP

Bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan penelitian yang berisikan jawaban atas pembuktian hipotesis, keterbatasan penelitian yang dilakukan baik secara teoritik, metedologis ataupun teknis, serta saran bagi pengembangan ilmu pengetahuan utamanya untuk peneliti selanjutnya.