BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada setiap perusahaan sebagian besar banyak yang ingin melakukan perluasan usahanya, dengan mengadakan ekspansi. Untuk melakukan kegiatan tersebut perusahaan memerlukan tambahan modal yang cukup besar, sering kali dana yang diambil dari dalam perusahaan tersebut tidak cukup. Untuk itu diperlukan usaha mencari dana dari luar perusahaan, yaitu dipasar modal dengan cara melakukan emisi saham.

Lingkungan bisnis yang kompetitif, perusahaan tidak hanya diharapkan sebagai perusahaan yang sehat dan berinovasi, namun juga dapat meningkatkan kekayaannya. Pasar modal merupakan tempat bagi perusahaan dalam menghimpun dana untuk membiayai usahanya. Karena itulah pasar modal di dalam perekonomian Indonesia memiliki peranan yang cukup penting. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin banyaknya perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pasar modal mengikutsertakan masyarakat secara langsung, yaitu dengan cara menanamkan dananya ke dalam suatu perusahaan atau disebut juga dengan istilah investasi. Investasi dapat dilakukan dalam bentuk investasi nyata dan investasi keuangan. Contoh investasi nyata adalah tanah, gedung, real estate. Investasi keuangan adalah saham, obligasi dan kredit bank. Pelaku bisnis dalam investasi keuangan membutuhkan informasi yang relevan tentang perusahaan tersebut. Kurang informasi membuat investor

ragu dan menciptakann ketidak pastian. Umumnya laporan keuangan merupakan alat untuk meberikan keputusan dalam investasi. Namun tidak selamanya laporan keuangan merupakan hal mutlak untuk meberikan keputusan dalam investasi.

Zamahsari (1990) dan Kim *et al*. (1995) dalam Isye Siti Aisyah (2009), meyatakan bahwa informasi akuntansi, informasi non akuntansi dan bahkan informasi non ekonomis di butuhkan oleh calon investor maupu investor dalam proses pengambilan keputusan untuk ber investasi di pasar modal.Jika perusahaan memilih untuk menerbitkan saham di pasar modal, maka salah satu cara yangdapat dilakukan yaitu dengan cara menawarkan saham kepada publik. Proses penawaran sebagian saham perusahaan kepada masyarakat melalui bursa efek disebut *go public.Go public* merupakan salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan tambahan dana dalam pengembangan usahanya. Perusahaan melakukan penjualan saham ataupun mengeluarkan obligasi dengan maksud untuk memperoleh tambahan modal yang digunakan untuk melakukan pengembangan usaha serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Pada saat perusahaan memutuskan *go public* untuk yang pertama kalinya, sebelum saham dilepas dipasar sekunder, saham di lepas dahulu di pasar perdanan. Investor dapat membeli saham melalui agen-agen yang ditunjuk oleh emiten. Pada saat tersebut umumnya para pemodal memiliki informasi terbatas pada informasi yang diungkapkan dalam prospektus penawaran. Informasi dalam prospektus dapat dibagi menjadi dua informasi, yaitu informasi akuntansi dan informasi non-akuntansi. Informasi akuntansi yaitu berupa laporan keuangan yang terdiri dari laporan neraca, laporan perhitungan rugi/laba, laporan arus kas dan

penjelasan laporan keuangan. Sedangkan informasi non-akuntansi merupakan informasi selain laporan keuangan, seperti *underwriter* (penjamin emisi), auditor *independen*, nilai penawaran saham, umur perusahaan, ukuran perusahaan dan informasi lainnya. Seorang investor akan mencari tambahan informasi yang relevan dalam pengambilan keputusannya (Rahmawati, 2012:29).

Penawaran umum perdana (IPO) diharapkan akan berakibat pada membaiknya prospek perusahaan yang terjadi kerena ekspansi yang akan dilakukan. Membaiknya prospek perusahaan ini bisa jadi akan menyebabkan harga saham yang ditawarkan menjadi lebih tinggi. Kinerja perusahaan sebelum IPO merupakan informasi bagi para investor mengenai pertumbuhan kinerja perusahaan berikutnya setelah melakukan IPO. Investor pastinya akan berharap kinerja perusahaan berikutnya setelah perusahaan melakukan IPO dapat dipertahankan atau bahkan lebih di tingkatkan lagi.

Perusahaan yang melakukan kegiatan IPO baik itu perusahaan privat ataupun perushaan milik negara sering kali timbul masalah *Underpricing. Underpricing*adalah hasil dari ketidakpastian dari harga saham pada harga sekunder yang menunjukkan bahwa harga saham pada waktu penawaran perdana relatif lebih rendah dibanding pada saat harga saham diperdagangkan di pasar sekunder. Pada saat perusahaan melakukan IPO, harga saham yang dijual dipasar perdanana ditentukan berdasakan kesepakatan antara perusahaan emiten dan penjamin emisi (*underwriter*), sedangkan yang terjadi dipasar sekunder ditentukan oleh mekanisme pasar yang telah ada melalui keuatan permintaan dan penawaran saham tersebut pada pasar modal, dan apabila penentuan harga saham pada saat

IPO secara segnifikan lebih rendah dibandingkan harga yang terjadi dipasar sekunder di hari pertama, maka terjadilah *Underpricing* (Agustin Ekadjaja dan Wendy The, 2009).

Kondisi seperti ini bisa terjadi karena calon emiten dengan penjamin emisi secara bersama-sama mengadakan kesepakatan dalam menentukan harga saham perdana akan tetapi disisi lain mereka memiliki kepentingan yang berbeda. Sebagai emiten yaitu pihak yang membutuhkan dana, mengiginkan harga saham di pasar perdana yang tinggi karena jika harga saham di pasar perdana tinggi maka emiten akan mendapatkan dana sebesar yang diharapkan, namun tidak demikian halnya dengan penjamin emisi efek. Penjamin emisi efek berusaha meminimalkan resiko penjaminan yang menjadi tanggung jawabnya dengan menentukan harga yang dapat diterima oleh para investor, maka penjamin emisi efek berharap akan dapat menjual semua saham yang dijaminnya.

Kondisi *underpricing* ini dapat merugikan bagi perusahaan yang melakukan IPO, karena dana yang diperoleh dari publik tidak maksimum. Akan tetapi jika hal sebaliknya yang terjadi yaitu *overpricing*, maka investor yang akan dirugikan, karena mereka tidak menerima *initial return*(retunrn awal). *Initial return* adalah keuntungan yang didapat oleh investor atau pemegang saham dari perbedaan harga saham yang dibeli di pasar perdana dengan harga jual saham yang bersangkutan dipasar sekunder. Para pemilik perusahaan menginginkan agar meminimalisasikan situasi *underpricing*. agar semua pihak yang terlibat sama-sama tidak dirugikan.

Penelitian Aruna Wirjolukito (2003) dalam Chastina Yolana dan Dwi Nartiani (2005), menunjukkan bahwa fenomena underpricing berpeluang terjadi secara signifikan dan dalam rentang waktuyang pendek, pasar juga masih berpeluang besar terjadinya *underpricing*, sedangkan besarnya*underpricing* masih sangat dipengaruhi oleh kondisi pasar dan faktor-faktor non keuangan. Beberapa penelitian juga menjelaskan mengapa harga pada penawaran perdana lebih rendah dari pada harga pada hari pertama perdagangan di pasar sekunder. Rosyati dan Aridin Sabeni (2002) dalam Chastina Yolana dan Dwi Nartiani (2005), mereka menemukan bahwa yang mempengaruhi *underpricing* adalah rreputasi penjamin emisi dan umur perusahaan.

Penelitian tentang tingkat *underpricing* dan harga saham dihubungkan dengan informasi pada prospektus merupakan hal yang menarik bagi peneliti keuangan untuk mengevaluasi secara empiris perilaku investor dalam pembuatan keputusan investaasi di pasra modal. Penelitian – penelitian sebelumnya mengenai pengaruh informasi keuangan dan informasi non keuangan terhadap *initial return* dan *underpricing* telah banyak dilakukan.

Periode 1 januari 2009 sampai dengan 7juni 2012 ada enam puluh enam perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering (IPO)*, dua belas perusahaan diantaranya mengalami *overpricing*, empat perusahaan mengalami harga saham yang wajar, sedangkan perusahaan yang mengalami *underpricing* hanya ada lima puluh dari total perusahaan yang melakukan IPO. perusahaan tersebut terdaftar di bursa efek indonesia. Dengan demikian hanya lima puluh perusahaan tersebut yang bisa di teliti dalam penelitian ini.

Meskipun penelitian tentang *underpricing* telah banyak dilakukan, namun penelitian di bidang masalah ini masih dianggap masalah yang menarik untuk diteliti karena adanya inkonosistensi hasil penelitian, serta kebanyakan penelitian lebih memfokuskan hanya pada inforasi non keuangan saja. Banyak rasio-rasio keuangan yang mungkin bisa mepengaruhi *underpricing*. Ada pun yang sudah melakuakn penelitian dengan rasio keuangan tapi hasil penelitian tidak konsisten, hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian di bidang ini. Berdasarkan uraian-uraian di atas maka penelitian menggunakan FaktorInformasi Keuangan,Umur Perusahaan,Ukuran Perusahaan danProsentase Penawaran Saham guna mengukur tingkat *underpricing*pada perusahaan IPO periode 2009-2012.Informasi keuangan memiliki empat indikator rasio keuangan yaitu DER, ROA, ROE, dan EPS.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang diteliti dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan yaitu:

1. ApakahInformasi Keuangan (DER, ROA, ROE, dan EPS)berpengaruh terhadap besarnya *Underpricing*?
2. Apakah Prosentase Penawaran Saham berpengaruh terhadap besarnya *Underpricing*?
3. Apakah Umur Perusahan berpengaruh terhadap besarnya *Underpricing*?
4. ApakahUkuran Perusahaan berpengaruh terhadap besarnya *Underpricing*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk:

1. Menganalisis pengaruhInformasi Keuangan (DER, ROA, ROE, dan EPS)terhadap besarnya *Underpricing*..
2. Menganalisis pengaruh Prosentase Penawaran Saham terhadap besarnya *Underpricing.*
3. Menganalisis pengaruh Umur Perusahaan terhadap besarnya *Underpricing*.
4. Menganilisis pengaruhUkuran Perusahaan terhadap besarnya *Underpricing*.

1.4. Manfaat Penelitian

Mamfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Investor

Hasil penelitian ini bermamfaat bagi investor sebagai bahan pertimbangan atau sebagai tambahan informasi dalam pembuatan keputusan untuk menginvestasikan dana yang dimilik di pasar modal.

2. Bagi Emiten

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi Emiten dalam melakukan penawaran perdana di BEI untuk memperoleh harga yang baik atau ideal, agar saham yang ditawarkan dapat terjual semua.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meberikan mamfaat bagi perusahaan yang akan go public untuk mempertimbangkan informasi apa saja yang harus di publikasikan agar memperkecil terjadinya *Underpricing*.

1.5. Sistematika PenulisanSkripsi

Pembahasan dalam Skripsi ini akan disajikan dalam lima bab yang berurutan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalahtentang pengaruh Faktor Informasi Keuangan, Faktor Umur Perusahaan, Faktor Ukuran Perusahaan dan Faktor Prosentase penawaran saham terhadap *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan bagian yang berisi tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar acuan teori bagi penelitian, penjelasan dan masing-masing indikator yang berpengaruh.terhadap *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, serta hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

` Bab ini berisi uraian mengenai variabel penelitian yaitu*Underpricing* sebagai variabel dependennya dan variabel Faktor Infomasi Keuangan, Faktor Umur Perusahaan, Faktor Ukuran Perusahaan dan Faktor

Prosentase Penawaran Saham sebagai variabel independen, Penggunaan populasi dan sampel, jenis dan sumber data,serta metode analisis penelitian yang digunakan.

BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini membahas mengenai gambaran subyek penelitian dan analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif dan analisis statistik serta pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran yang diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan dasar pengambilan keputusan bagi pihak-pihak yang terkait.