

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini kondisi pasar modal di Indonesia berkembang dengan cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya jumlah perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang secara tidak langsung menyebabkan iklim persaingan semakin ketat sehingga setiap perusahaan akan memiliki keinginan untuk melakukan pengembangan terhadap bidang usahanya agar menjadi lebih kompetitif dalam dunia bisnis. Dalam rangka mengembangkan usahanya, perusahaan dapat melakukan berbagai cara diantaranya melakukan ekspansi. Untuk memenuhi kebutuhan ekspansi tersebut, perusahaan tentunya membutuhkan dana yang cukup besar (Prastica, 2012).

Kebutuhan dana yang cukup besar ini dapat dipenuhi dengan berbagai alternatif sumber pendanaan, baik itu berasal dari dalam perusahaan yaitu laba ditahan dan penambahan modal dari pemilik perusahaan, maupun dari luar perusahaan melalui hutang kepada lembaga keuangan. Salah satu alternatif pendanaan perusahaan adalah dengan melakukan penawaran saham perusahaan pada masyarakat dengan cara menerbitkan saham di pasar modal. Beredarnya saham perusahaan ke tangan *public*, menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah berubah dari perusahaan pribadi menjadi perusahaan *public* atau lebih dikenal dengan istilah *go public* (Prastica, 2012).

Menurut Wahastuti dan Payama (2001) suatu penawaran umum (*go public*) sangat bermanfaat bagi perusahaan, pihak manajemen maupun masyarakat umum. Bagi perusahaan, penawaran umum merupakan media untuk mendapatkan dana yang relatif lebih besar, yang mana dapat digunakan untuk keperluan pembelanjaan dan kegiatan operasi perusahaan, ekspansi serta memperbaiki struktur permodalan perusahaan. Bagi manajemen, penawaran umum berarti meningkatkan keterbukaan perusahaan yang akhirnya dapat meningkatkan profesionalisme, sedangkan bagi masyarakat umum, penawaran umum berarti memperoleh kesempatan untuk turut serta memiliki perusahaan (Amelia dan Saftiana, 2007).

Perusahaan yang akan melakukan *go public* harus melalui beberapa tahapan yang ditetapkan dalam peraturan Bursa Efek Indonesia. Tahapan-tahapan tersebut yaitu tahap persiapan, tahap pengajuan pernyataan pendaftaran, tahap penawaran saham, kemudian tahap pencatatan saham di Bursa Efek (BEI, 2011). Dalam proses *go public*, sebelum saham diperdagangkan di pasar sekunder (bursa efek), saham perusahaan terlebih dahulu diperdagangkan pada pasar perdana. Aktivitas ini disebut *Initial Public Offering* atau IPO (Amelia dan Saftiana, 2007).

Sebelum perusahaan melakukan IPO, perusahaan harus menentukan terlebih dahulu harga saham perdana yang akan dijual ke *public*. Namun, penetapan harga saham perdana pada saat IPO sangat sulit, karena tidak ada harga pasar sebelumnya yang dapat diobservasi untuk dipakai sebagai penetapan harga penawaran. Selain itu sebagian besar dari emiten mempunyai

sedikit atau bahkan tidak ada pengalaman terhadap penetapan harga ini (Basana, 2003). Penentuan harga saham perdana adalah faktor penting bagi *underwriter* karena berkaitan langsung dengan jumlah dana yang akan diperoleh emiten dan risiko yang akan ditanggung oleh *underwriter*. Emiten sebagai pihak yang membutuhkan dana akan menentukan harga saham perdana dengan membuka penawaran harga yang tinggi agar mendapatkan pemasukan dana yang maksimal. Sebaliknya *underwriter* akan berusaha meminimalkan resiko penjaminan yang menjadi tanggung jawabnya dengan menentukan harga yang dapat diterima oleh para investor agar dapat menjual semua saham yang dijaminnya. Ini disebabkan karena *underwriter* memiliki lebih banyak informasi mengenai pasar modal dibanding emiten karena *underwriter* lebih sering berhubungan dan memiliki pengalaman lebih lama di pasar modal (Rosyidah, 2014).

Oleh karena itu, *underwriter* akan melakukan negosiasi dengan emiten. Hal ini menunjukkan terjadinya perbedaan kepentingan antara emiten dan *underwriter* dalam penentuan harga saham IPO. Inilah yang disebut dengan *asimetry* informasi, dimana penjamin emisi memiliki lebih banyak informasi daripada emiten. *Asimetry* informasi ini yang biasanya memicu terjadinya *underpricing* pada saat IPO (Wahyusari, 2013).

Underpricing pada penawaran umum saham perdana adalah gejala umum di setiap pasar modal. *Underpricing* merupakan fenomena dimana harga saham yang ditawarkan pada pasar perdana lebih rendah dibandingkan dengan harga saham ketika diperdagangkan di pasar sekunder (Prastica, 2012).

Takarini (2007) mengungkapkan bahwa fenomena *underpricing* tidaklah menguntungkan bagi emiten, karena dana yang diperoleh emiten tidak maksimal sebab emiten tidak memperoleh dana yang lebih besar yang mungkin bisa didapatkan oleh emiten untuk mendanai ekspansinya, sehingga harapan tentang besarnya dana yang diinginkan emiten melalui IPO tidak terpenuhi secara maksimal karena fenomena *underpricing* tersebut (Nur Aini, 2013).

Kondisi *underpricing* perlu diminimalisir oleh emiten, agar emiten bisa memperoleh harga IPO yang wajar dan menghimpun sejumlah dana untuk membiayai kegiatan perusahaan, sebaliknya investor lebih diuntungkan dalam kondisi *underpricing* karena investor akan menerima *return* atas perdagangan yang dilakukannya. Kondisi tersebut menjadikan investor tertarik untuk membeli saham emiten IPO yang *underpriced* di pasar perdana (Rosyidah, 2014).

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, akan tetapi hasilnya sering mengalami inkonsistensi. Penelitian yang dilakukan oleh Rosyidah (2014) meneliti tentang pengaruh karakteristik perusahaan (*profitabilitas*, ukuran perusahaan, umur perusahaan, alokasi dana IPO untuk investasi, jenis industri), reputasi *underwriter* dan reputasi *auditor* terhadap *underpricing* perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Aini (2013) meneliti tentang pengaruh *Debt to Equity Ratio* (DER), *Return on Equity* (ROE), ukuran

perusahaan, umur perusahaan, penggunaan dana IPO untuk investasi, reputasi *underwriter* dan reputasi *auditor* terhadap *underpricing* perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yustisia dan Roza (2012) meneliti tentang reputasi *underwriter*, reputasi *auditor*, *Return on Equity* (ROE), skala perusahaan dan persentase saham yang ditawarkan terhadap *underpricing* perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Prastica (2012) meneliti tentang pengaruh reputasi *underwriter*, reputasi *auditor*, *Return on Asset* (ROA) dan ukuran perusahaan terhadap *underpricing* perusahaan.

Dari berbagai penelitian di atas dapat dijelaskan ketidakkonsistenan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *underpricing* perusahaan sehingga masih perlu dilakukan penelitian kembali terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing*. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *underpricing* saham, khususnya pada perusahaan yang melakukan penawaran umum perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sesuai dengan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penelitian ini diberi judul **“ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI UNDERPRICING SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011-2015”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* perusahaan ?
2. Bagaimana pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap *underpricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *underpricing* perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari faktor-faktor tersebut terhadap *underpricing*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi calon emiten.

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan sebelum melakukan IPO, yaitu dengan melihat faktor – faktor yang mempengaruhi tinggi atau rendahnya tingkat *underpricing*, seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, umur perusahaan, reputasi *underwriter*, reputasi auditor, dan *Debt to Equity Ratio* (DER).



2. Bagi para investor dan calon investor.

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan menjadi bahan pertimbangan tentang variabel-variabel yang berpengaruh terhadap *underpricing*, sehingga investor mendapatkan *initial return* dari IPO.

3. Bagi akademisi dan peneliti mendatang.

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan secara teoritis juga pengalaman praktis dalam mengembangkan penelitian lebih lanjut.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR AJAAN

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang melandasi penelitian ini dan menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisis penelitian ini yang meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan untuk menganalisa hasil pengujian sampel.

BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dibahas mengenai deskripsi objek penelitian yang terdiri dari deskripsi variabel dependen dan variabel independen, hasil analisis data, dan interpretasi terhadap hasil berdasarkan alat dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian serta implikasi penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan, keterbatasan serta saran untuk penelitian selanjutnya.

