

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pasar modal di Indonesia akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat bahkan menjadi tujuan yang menarik bagi investor. Seiring perkembangan perekonomian di Indonesia, suatu perusahaan memerlukan dana yang tidak sedikit untuk keperluan operasional dan pengembangan perusahaan. Perusahaan mempunyai berbagai macam alternatif sumber pendanaan, ada berasal dari dalam dan juga dari luar perusahaan. Selain bersumber dari laba dari aktivitas operasional, perusahaan juga mempunyai strategi lainnya untuk memperoleh sumber pendanaan dengan melakukan proses *go public* berupa memperdagangkan saham dengan cara mendaftarkan diri di Bursa Efek Indonesia (BEI). Untuk menjadi *go public* pertama kalinya perusahaan akan memasuki tahap yaitu *Initial Public Offering* (IPO) atau juga bisa disebut penawaran umum perdana. Pada saat *go public* dapat menguntungkan perusahaan dikarenakan dengan *go public* perusahaan mendapatkan sumber pendanaan baru, memberikan kesempatan bagi perusahaan agar dapat melakukan pengembangan usaha atau ekspansi, maupun meningkatkan citra perusahaan dan nilai perusahaan (Akbar & Africano, 2020).

Menetapkan harga penawaran perdana perusahaan terdapat kesulitan yang disebabkan karena tidak adanya informasi harga yang relevan. Tidak adanya informasi yang relevan ini disebut dengan asimetris informasi. Asimetris informasi bisanya terjadi antara emiten dan penjamin emisi, maupun antar

investor. Asimetris informasi yang terjadi dapat diminimalisir dengan cara perusahaan yang akan melakukan *go public* harus menerbitkan prospektus. Prospektus berisi mengenai rincian informasi dan fakta material mengenai penawaran umum saham sebuah perusahaan dari emiten dan *underwriter*, karena informasi dan laporan keuangan berguna dalam menentukan harga saham saat IPO (Hartono & Nurfauziah, 2019).

*Initial Public Offering* (IPO) adalah sebuah aksi korporasi perusahaan dalam rangka mendapatkan dana dari masyarakat untuk kepentingan perusahaan going concern. Perusahaan yang melakukan IPO harus dibantu oleh perusahaan sekuritas atau dikenal dengan Investment Banking. Tanpa bantuan perusahaan sekuritas perusahaan tersebut tidak mungkin bisa IPO. Persoalan utama yaitu investor yang akan membeli saham tersebut dan mekanisme pendaftaran di regulator. *Initial Public Offering* (IPO) bisa juga disebut dengan penawaran umum perdana yang dapat didefinisikan sebagai penjualan saham biasa dan obligasi yang dimiliki oleh perusahaan sebagai modal yang dijual pertama kalinya kepada masyarakat maka dari itu perusahaan yang melakukan IPO sering dikatakan sebagai perusahaan yang sedang *go public* (Raniry & Yusniar, 2020). Yuniarti & Syarifudin (2020) menjelaskan bahwa *initial public offering* (IPO) adalah suatu keuntungan yang didapatkan oleh pemegang saham karena perbedaan harga saham yang dibeli di pasar perdana dengan harga jual saham yang bersangkutan di pasar sekunder. Para pemilik perusahaan menginginkan agar dapat meminimalisasikan situasi *underpricing*, karena terjadinya *underpricing* akan menyebabkan transfer kemakmuran dari pemilik kepada para investor.

Harga saham pada saat pasar perdana atau IPO dan pasar sekunder berbeda dimana pada saat pasar perdana telah ditentukan terlebih dahulu, sedangkan pada saat pasar sekunder ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran. Namun, pada saat penentuan harga inilah kemudian memunculkan fenomena yang disebut dengan *underpricing*. *Underpricing* adalah adanya perbedaan harga saham antara pasar perdana dan pasar sekunder. Dilihat pada penelitian-penelitian sebelumnya di Indonesia pada saat ini diketahui bahwa angka terjadinya *underpricing* masih sangat tinggi. Tingkat *underpricing* IPO yang tinggi ini akhirnya mengindikasikan bahwa adanya asimetri informasi yang tinggi sehingga dilakukannya penilitan terhadap tingkat *Underpricing* saham IPO ini pada perusahaan (Solida et al., 2020).

Fenomena *underpricing* ini mengakibatkan pihak emiten atau perusahaan mengalami kerugian dikarenakan dana yang masuk tidak full maksimal. *Underpricing* ini terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Profitabilitas, Reputasi *underwriter*, *Financial leverage*, Umur perusahaan dan *size* perusahaan. Fenomena yang terjadi pada saat penelitian yang dilakukan oleh (Akbar & Africano, 2020) peningkatan perusahaan IPO setiap tahunnya bisa di lihat pada tabel berikut.

**Tabel 1.1**

**Jumlah perusahaan yang melakukan IPO**

<b>Tahun</b>	<b>Perusahaan IPO</b>	<b>Perusahaan <i>Underpricing</i></b>	<b>Persentase</b>
2015	17	15	88,23 %
2016	15	14	93,33 %

2017	36	33	91,66 %
2018	58	54	93,10%

Sumber : Akbar & Africano (2020).

Pada tabel 1.1 dijelaskan bahwa perusahaan yang melakukan IPO setiap tahunnya mengalami peningkatan dimana puncaknya terlihat pada tahun 2018 perusahaan yang melakukan IPO sebanyak 58 perusahaan dan 54 diantaranya mengalami *underpricing* dengan persentase 93,10%. Selanjutnya pada tahun 2017 terdapat 36 perusahaan yang melakukan IPO diantaranya 33 perusahaan mengalami *underpricing* dengan persentase 91,66%. Pada tahun 2016 tercatat 15 perusahaan yang melakukan IPO dan 14 diantaranya mengalami *underpricing* dengan jumlah persentase 93,33% dan pada tahun 2015 perusahaan yang melakukan IPO sebanyak 17 perusahaan dan yang mengalami *underpricing* yaitu 15 perusahaan dengan persentase 88,23 %. Sebenarnya fenomena *underpricing* ini merugikan pihak perusahaan karena tidak mendapatkan dana yang maksimal tetapi akan menguntungkan untuk pihak investor.

Masalah yang sering kali timbul akibat adanya IPO adalah terjadinya *underpricing* saham. *Underpricing* saham merupakan fenomena dimana harga saham di pasar perdana lebih rendah dari pada harga saham di pasar sekunder dengan saham yang sama (Mulyani, 2017). Menurut Lestari & Trihastuti (2020) dalam melakukan *Underpricing* tidak menguntungkan bagi perusahaan yang melakukan *go public* dikarenakan dana yang diperoleh dari penjualan saham tersebut tidaklah maksimal. Oleh karena itulah pemilik perusahaan akan berusaha untuk meminimalisir terjadinya *underpricing*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Oktavia (2019) salah satu faktor terjadinya *underpricing* adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba dari hasil penjualan dan investasi perusahaan dan juga kemampuan perusahaan untuk mendapatkan suatu laba. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba ditunjukkan dengan tingginya tingkat ROA yang didapatkan sehingga ROA dapat memberi informasi tentang prospek perusahaan yang baik. Perusahaan yang memiliki prospek baik maka akan menarik investor sehingga berani membeli saham IPO dengan harga yang lebih tinggi. Saham yang menarik akan membuat penjualan meningkat. Menurut penelitian yang di teliti oleh Oktavia (2019) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham IPO namun menurut Yuniarti & Syarifudin (2020) profitabilitas berpengaruh terhadap *underpricing* saham.

Selain profitabilitas, reputasi *underwriter* diduga akan mempengaruhi terjadinya *underpricing* yang mana reputasi *underwriter* atau penjamin emisi adalah seseorang yang mempunyai peran yang penting dalam melakukan penawaran saham umum perdana. Penjamin emisi atau *underwriter* merupakan pihak yang menjadi jembatan antara perusahaan dan calon investor (Nazihah et al., 2020). Menurut Jayanarendra & Wiagustini (2019) seorang penjamin emisi atau *underwriter* ini harus mempunyai reputasi yang tinggi dan citra baik sehingga nantinya akan mendapatkan kepercayaan calon investor agar menanamkan modalnya kedalam perusahaan tersebut. Lestari & Trihastuti (2020) menjelaskan bahwa hasil dari penelitian yang ditelitinya adalah reputasi

*underwriter* tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham IPO, namun Aryapranata & Adityawarman (2017) menjelaskan bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing* saham IPO.

Faktor yang ketiga adalah *financial leverage*. Firdaus & Herawati (2020) menjelaskan bahwa *Financial Leverage* adalah kemampuan suatu perusahaan untuk melunasi hutangnya dengan menggunakan modal/ekuitas perusahaan tersebut. Menurutnya jika *financial leverage* suatu perusahaan itu tinggi maka akan memunculkan risiko untuk perusahaan dan juga akan menjadi suatu informasi untuk calon investor. Jika tingkat kewajiban yang tinggi dialami suatu perusahaan maka akan membuat pihak manajemen kesulitan dalam memprediksi jalannya perusahaan di masa depan sehingga akan membuat ketidakpastian dalam penentuan harga saham. Lestari & Trihastuti (2020) menjelaskan bahwa hasil dari penelitian yang ditelitinya adalah *financial leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham IPO, namun Raniry & Yusniar (2020) menjelaskan bahwa *financial leverage* berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham IPO.

Umur perusahaan juga diduga akan menjadi faktor yang mempengaruhi *underpricing*. Umur perusahaan adalah seberapa lama perusahaan beroperasi dan bertahan serta sanggup untuk menangani persaingan perekonomian. Dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut sudah memiliki banyak pengalaman dan jika semakin lama suatu perusahaan tersebut beroperasi maka kemampuan perusahaan dalam menyampaikan informasi akan semakin besar pula sehingga dapat menarik simpati calon investor karena para calon investor akan percaya kepada perusahaan yang sudah lama berdiri dari pada perusahaan yang baru berdiri (Solida et al.,

2020). Dalam penelitian yang diteliti oleh Firdaus & Herawati (2020) dijelaskan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham IPO namun menurut Permadi & Santoso (2019) bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing* saham IPO.

Faktor yang selanjutnya adalah *Size* Perusahaan, dimana *Size* perusahaan merupakan suatu ukuran besar atau kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat berdasarkan jumlah asset yang dimilikinya dimana perusahaan yang besar cenderung lebih dikenal oleh masyarakat. Perusahaan yang memiliki asset yang tinggi dapat mengurangi terjadinya *underpricing*. Ukuran dari perusahaan dapat diukur dengan melihat total aktiva dari laporan keuangan perusahaan tahun terakhir sebelum perusahaan tersebut melakukan IPO (Mulyani, 2017). Putra & Sudjarni (2017) dan Jayanarendra & Wiagustini (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap *underpricing* saham IPO.

Berdasarkan fenomena di atas dan terdapatnya inkonsistensi hasil penelitian dari peneliti terdahulu maka penelitian ini perlu dilakukan mengenai pengaruh profitabilitas, reputasi *underwriter*, *financial leverage*, umur dan *size* perusahaan terhadap *underpricing* saham IPO di BEI.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah sebagai mana yang dijelaskan sebelumnya, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Angka terjadinya *underpricing* di Indonesia masih sangat tinggi

2. Adanya perbedaan harga saham pada saat penawaran umum dan perdana.
3. Perusahaan yang melakukan *financial leverage* akan menyebabkan ketidakpercayaan calon investor akan perusahaan tersebut.
4. Adanya perbedaan perlakuan investor terhadap perusahaan besar dengan perusahaan kecil.
5. Dengan terjadinya *Underpricing* ini akan membuat perusahaan tidak diuntungkan atau dirugikan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan dari identifikasi masalah, agar pembahasan lebih terstruktur dan menghindari pembahasan-pembahasan yang terlalu luas, maka penulis perlu memberikan batasan pada “Pengaruh Profitabilitas, Reputasi *Underwriter*, *Financial Leverage*, Umur Dan *Size* Perusahaan Terhadap *Underpricing* Saham IPO Di Bursa Efek Indonesia ”.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di bahas sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Profitabilitas Berpengaruh Terhadap *Underpricing* Saham IPO Di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?
2. Apakah Reputasi *Underwriter* Berpengaruh Terhadap *Underpricing* Saham IPO Di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?
3. Apakah *Financial Leverage* Berpengaruh Terhadap *Underpricing* Saham IPO Di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?

4. Apakah Umur Perusahaan Berpengaruh Terhadap *Underpricing* Saham IPO Di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?
5. Apakah *Size* Perusahaan Berpengaruh Terhadap *Underpricing* Saham IPO Di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?
6. Apakah *Profitabilitas*, Reputasi *Underwriter*, *Financial Leverage*, Umur dan *Size* Perusahaan Berpengaruh Terhadap *underpricing* saham di Bursa efek indonesia ( BEI) ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Underpricing* Saham IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Untuk mengetahui Pengaruh Reputasi *Underwriter* Terhadap *Underpricing* Saham IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Untuk mengetahui Pengaruh *Financial Leverage* Terhadap *Underpricing* Saham IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI).
4. Untuk mengetahui Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap *Underpricing* Saham IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI).
5. Untuk mengetahui Pengaruh *Size* Perusahaan Terhadap *Underpricing* Saham IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI).
6. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, Reputasi underwriter, Umur dan size perusahaan terhadap underpricing saham IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI).

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### 1. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan memperluas pemikiran penulis tentang Pengaruh Profitabilitas, Reputasi *Undewriter*, *Financial Leverage*, Umur dan *Size* Perusahaan Terhadap *Underpricing* Saham IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI).

### 2. Bagi Pembaca

Dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dengan adanya kesamaan pembahasan dan dapat di kembangkan lagi menjadi sempurna.