

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang**

Semakin ketatnya dunia usaha perusahaan dituntut secara selektif dan efisien dalam menjalankan usahanya sehingga dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang, hal ini mendorong manajemen dalam memperoleh tambahan dana baru. Salah satu alternatif dalam mendapatkan tambahan dana yaitu dengan melalui pasar modal. Dengan melalui pasar modal, perusahaan dapat menerbitkan saham atau obligasi yang akan diperjualbelikan di masyarakat luas (investor) yang biasa dikenal dengan *Initial Public Offering* (IPO).

*Initial Public Offering* (IPO) adalah kegiatan dimana perusahaan menjual atau menawarkan sebagian saham mereka yang dimiliki kepada para investor melalui pasar modal (Aiza Hayati,2007). Perusahaan yang sudah go publik tentunya sangat menjanjikan sekali dalam perkembangan perusahaan karena perusahaan akan dengan mudah mendapatkan modal tambahan di pasar bursa. Masalah yang sering ditimbulkan akibat adanya *initial public offering* (IPO) yakni nilai harga saham yang diperjualbelikan di bursa efek indonesia (BEI) cenderung lebih rendah dibandingkan dengan disaat awal perusahaan memasuki pasar sekunder ,sehingga menyebabkan selisih yang positif atau yang biasa disebut dengan istilah *Underpricing*.

Perusahaan yang mengeluarkan sahamnya apabila terjadi *underpricing* berarti perusahaan tersebut akan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan dana

yang maksimal. Hal tersebut dikarenakan dana yang diterima oleh perusahaan melalui penjualan saham mereka merupakan hasil dari sebuah penjualan saham-saham perusahaan yang ada di pasar perdana. Sebaliknya *underwriter* yang berperan sebagai penjamin emisi dalam sebuah perusahaan memiliki kesanggupan dalam mengurangi resiko tidak habisnya stok saham perusahaan dengan cara menetapkan harga yang relatif lebih rendah dengan harga sebelumnya atau bisa disebut dengan istilah *underpriced*.

Pada dasarnya harga saham dapat ditetapkan apabila seorang *underwriter* ataupun emiten itu mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *underpricing*. Faktor-faktor tersebut yakni profitabilitas, ukuran perusahaan dan umur Perusahaan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *underpricing* hal ini dikarenakan karena pada saat terjadinya jualbeli saham investor akan menanyakan kondisi financial perusahaan dengan tujuan untuk menetapkan keputusan berinvestasi pada perusahaan yang akan ditanami modalnya.

Banyak penelitian sejak tahun 1970-an dilakukan untuk mengetahui apa dan faktor apa saja yang mempengaruhi terjadinya fenomena *underpricing*. Penelitian-penelitian yang telah dilakukan berasumsikan bahwa para investor tidak memiliki pengetahuan mengenai perusahaan yang akan go public, sehingga dapat memunculkan keraguan atau ketidakpastian (*uncertainly*) mengenai proyeksi saham yang dibelinya. Disisi lain, adanya asumsi bahwa adanya ketidakseimbangan kepemilikan informasi antar pihak-pihak yang terlibat atau bisa disebut *assymetric information*. Sehingga banyak investor yang menggunakan

informasi lain yang dianggap dapat mengurangi kesenjangan informasi yang didapatkan.

Bisa dikatakan bahwa penyebab dari kesulitan dalam penetapan harga jual saham di dalam pasar perdana cenderung terjadi karena kurangnya informasi yang relevan. Informasi tersebut terkait dengan profitabilitas, financial leverage, ukuran perusahaan dan umur perusahaan. Pentingnya harga saham membuat peneliti meneliti lebih lanjut mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi *underpricing*.

Berdasarkan data yang diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan [www.e-bursa.com](http://www.e-bursa.com) fenomena *underpricing* yang terjadi pada perusahaan ketika IPO periode tahun 2012-2016 dapat dilihat pada tabel berikut ini yang menjelaskan berapa banyak perusahaan yang mengalami *underpricing*:

**Tabel 1. 1 Perkembangan IPO dan Fenomena Underpricing di Bursa Efek Indonesia**

tahun	jumlah emiten	underpricing	tingkat underpricing	overpricing	tidak keduanya
2012	23	21	91,30%	1	1
2013	31	22	70,97%	7	2
2014	23	20	86,96%	2	1
2015	17	15	88,24%	1	1
2016	15	14	93,33%	1	0
total	109	92		12	5

Sumber : *e-bursa&idx*

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa setiap perusahaan yang melakukan IPO rata-rata mengalami *underpricing* dari 109 perusahaan yang melakukan IPO pada tahun 2012-2016, dan ada 92 perusahaan yang mengalami *underpricing* atau sekitar 84,40%, hanya 11,00% yang mengalami *overpricing* , sedangkan 4,60% tidak mengalami *underpricing* dan *overpricing*. Tingkat

*underpricing* saham dari tahun 2013-2016 selalu mengalami kenaikan. Fenomena tersebut terjadi karena tidak lakunya saham yang diperjual belikan di pasar saham perdana sehingga seorang penjamin emisi dari perusahaan menurunkan harga saham dari harga sebelumnya dan memperjualkan kembali di pasar sekunder sehingga terjadilah *underpricing* saham.

Beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang diteliti oleh Witjaksono (2012) serta Ratnasari & Hudiwinarsih (2013) menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh terhadap *underpricing*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Zirman & Darlis (2011), dan Yustisia & Roza (2012) *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyusari (2013) menunjukkan adanya pengaruh *financial leverage* terhadap *underpricing*, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Witjaksono (2012), Ratnasari & Hudiwinarsih (2013), Zirman & Darlis (2011) dan Junaeni & Agustian (2013) *financial leverage* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Hayati (2007) bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap *underpricing*, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yustisia & Roza (2012) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Daljono (2000) menunjukkan adanya pengaruh umur perusahaan terhadap *underpricing*, sedangkan Zirman & Darlis

(2011) mengatakan sebaliknya bahwa tidak adanya pengaruh antara umur perusahaan terhadap *underpricing*.

Ketidakkonsistenan hasil yang dilakukan penelitian terdahulu membuat peneliti ingin kembali melakukan penelitian terhadap *underpricing*. Peneliti tertarik untuk meneliti *profitabilitas*(ROE),*financial leverage*(DER),ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di bursa efek tahun 2012-2016.

## **1.2.Ruang Lingkup**

Penelitian ini bersifat Kuantitatif. Data yang menjadi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder perusahaan yang didapat dari bursa efek indonesia antara tahun 2012 hingga 2016. Variabel independen yang menjadi penelitian ini ialah *profitabilitas*,*financial leverage*,ukuran perusahaan dan umur perusahaan. Dan untuk variabel dependennya yakni tingkat *underpricing*.

## **1.3.Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka terciptalah sebuah permasalahan :

1. Apakah *profitabilitas* berpengaruh terhadap *underpricing* ?
2. Apakah *financial leverage* berpengaruh terhadap *underpricing* ?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* ?
4. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing*?

5. Apakah *profitabilitas*, *financial leverage*, ukuran perusahaan dan umur perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap *underpricing*?

#### **1.4.Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan di atas maka dapat tujuan dari penelitian ini adalah

1. Meneliti pengaruh *profitabilitas* perusahaan berpengaruh atau tidak terhadap *underpricing*.
2. Meneliti pengaruh *financial leverage* perusahaan berpengaruh atau tidak terhadap *underpricing*.
3. Meneliti pengaruh ukuran perusahaan berpengaruh atau tidak terhadap *underpricing*.
4. Meneliti umur perusahaan berpengaruh atau tidak terhadap *underpricing*.
5. Meneliti *profitabilitas*, *financial leverage*, ukuran perusahaan dan umur perusahaan secara bersama-sama berpengaruh atau tidak terhadap *underpricing*?

#### **1.5.Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat yakni :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah dan memperoleh ilmu pengetahuan tentang pengaruh profitabilitas, financial leverage, ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap underpricing di bursa efek indonesia.

2. Bagi Akademisi

Sebagai sumber referensi dan informasi untuk memungkinkan penelitian selanjutnya tentang topik ini serta memberikan wawasan dan pengetahuan mendalam, khususnya mengenai underpricing saham perdana perusahaan di Bursa Efek Indonesia.

3. Bagi Investor

Sebagai sumber informasi dalam membuat strategi dalam berinvestasi di pasar saham serta untuk pengambilan keputusan.

4. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi underpricing saham, sehingga dapat mempertimbangkannya demi keberhasilan dalam melakukan initial public offering (IPO).