

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Memasuki era globalisasi yang membuat dunia seakan tanpa batas nampaknya berdampak pada perusahaan-perusahaan di seluruh dunia. Perusahaan yang semula berfokus pada segmen pasar yang kecil dan terbatas dituntut untuk terus berekspansi demi memenuhi permintaan pasar yang semakin luas. Namun untuk proses ekspansi tersebut, dibutuhkan modal yang besar baik itu modal dalam bentuk sumber daya alam, sumber daya manusia, hingga yang paling penting adalah uang. Berbagai cara ditempuh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan modal uang tersebut, mulai dari pengambilan pinjaman jangka pendek dan jangka panjang hingga melakukan penjualan saham di pasar modal untuk mendapatkan tambahan modal uang yang cukup untuk ekspansi perusahaan.

Dari berbagai pilihan yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk menambah modal uang, penjualan saham pada *platform* pasar modal nampaknya masih menjadi alternatif primadona seluruh perusahaan di dunia terutama di Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam beberapa tahun terakhir.

Pada 2017 dan 2018, jumlah perusahaan yang melakukan IPO selalu meningkat dari periode sebelumnya. Pada 2017, misalnya, peningkatan jumlah perusahaan IPO meningkat 131%, dari 16 perusahaan menjadi 37 perusahaan. Pada 2018, peningkatan jumlah perusahaan IPO mencapai 54% dari 37

perusahaan menjadi 57 perusahaan. Adapun grafik peningkatan jumlah perusahaan IPO dipaparkan pada gambar 1.1.



Gambar 1.1

Jumlah Perusahaan IPO di BEI Periode 2016 hingga 2018

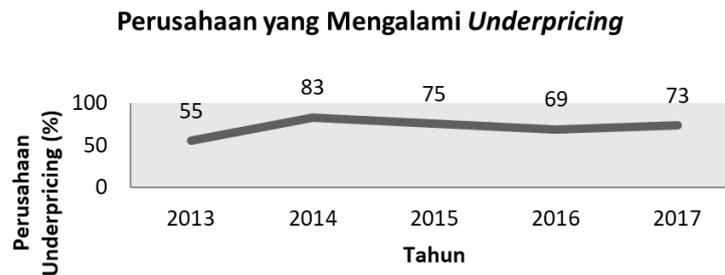
Selalu meningkatnya jumlah perusahaan yang melakukan IPO dari tahun ke tahun ini mencerminkan bahwa penambahan modal melalui penjualan saham menjadi pertimbangan menarik bagi perusahaan yang ingin berekspansi.

Pada proses *Go-Public*, perusahaan harus melakukan tahapan *Initial Public Offering* (IPO). Tahapan IPO ini adalah tahapan dimana perusahaan menjual sahamnya di pasar perdana (*primary market*) sebelum menjualnya di pasar sekunder (*secondary market*). Dalam tahap ini, perusahaan diwajibkan menyediakan prospektus ringkas. Prospektus tersebut berisi mengenai informasi-informasi yang relevan mengenai perusahaan yang dapat digunakan investor sebagai pengenalan awal mengenai saham yang dijual. Prospektus ringkas ini juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan investor untuk mengambil keputusan membeli atau tidak saham yang ditawarkan. Perhatian perusahaan pada saat IPO adalah penentuan harga saham perdana. Penentuan harga saham perdana ini dilakukan atas kesepakatan emiten/ perusahaan yang IPO dan *Underwriter*/ penjamin efek. Namun penentuan harga saham tidak semudah yang dibayangkan.

Hal ini dikarenakan adanya perbedaan informasi dan perbedaan kepentingan dari masing-masing pihak. Perbedaan informasi dan kepentingan ini akan menimbulkan proses negosiasi yang cukup rumit. Emiten akan berusaha membuat harga saham perdana setinggi mungkin untuk mendapatkan dana yang maksimal, sedangkan penjamin efek akan berusaha membuat harga saham perdana serendah mungkin untuk mencegah resiko dan kerugian akibat tidak terjualnya saham yang ditawarkan pada saat IPO.

“Kesalahan penetapan harga saham pada saat IPO dapat menimbulkan dua kemungkinan, yaitu *underpricing* dan *overpricing*” (Yandes, 2013). Dari kedua kemungkinan tersebut, *underpricing* adalah keadaan yang harus dihindari perusahaan. *Underpricing* adalah keadaan di mana harga saham yang terbentuk dari proses permintaan dan penawaran pada pasar sekunder lebih tinggi daripada harga saham pada pasar perdana yang terbentuk dari kesepakatan antara emiten dan penjamin efek. *Underpricing* dinilai sangat merugikan perusahaan karena perusahaan gagal mendapat dana yang maksimal pada penjualan di pasar perdana. Meski *underpricing* diklaim sebagai keadaan yang merugikan emiten, fenomena ini masih sering terjadi di pasar saham manapun termasuk Indonesia/ Bursa Efek Indonesia.

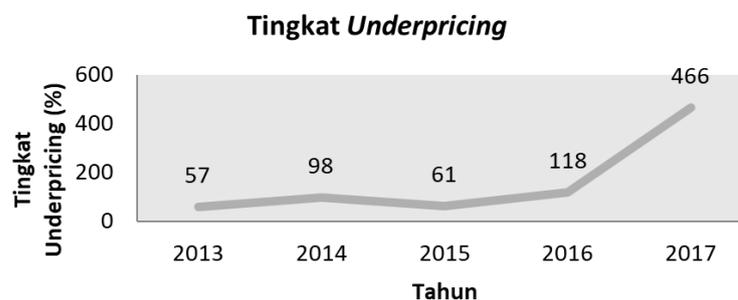
Terlihat dari Gambar 1.2 berikut bahwa selama lima tahun terakhir perusahaan yang mengalami *underpricing* lebih dari 50% dari total perusahaan yang melakukan IPO.



Gambar 1.2
Prosentase Jumlah Perusahaan yang Mengalami *Underpricing*
dari Total Perusahaan IPO Periode 2013-2017

Di tahun 2013, tercatat 31 perusahaan melakukan IPO dan 17 diantaranya mengalami *underpricing*. Di tahun 2014, 23 perusahaan IPO dan 83% diantaranya atau sebanyak 19 perusahaan mengalami *underpricing*. Hingga di tahun 2017, 27 perusahaan dari 37 perusahaan mengalami *underpricing*.

Hal yang menunjukkan bahwa *underpricing* saham masih menjadi masalah tak terselesaikan bagi perusahaan tidak hanya tercerminkan dari jumlah perusahaan yang mengalami *underpricing* terus berada di angka lebih dari 50% saja. Tetapi hal ini juga tercerminkan dari tingkat rata-rata *underpricing* yang cenderung meningkat dari tahun ke tahun.



Gambar 1.3
Rata-rata Tingkat *Underpricing* Perusahaan IPO Periode 2013-2017

Pada 2013, tingkat *underpricing* mencapai 57%. Sempat turun pada 2015, rata-rata tingkat *underpricing* kembali tinggi pada 2016 sebesar 118% dan meningkat sangat signifikan pada 2017 sebesar 466%. Sudah banyak penelitian yang dilakukan untuk mengetahui faktor apa sajakah yang dapat memicu terjadinya *underpricing*. Namun dari sekian banyak penelitian, masih saja ditemukan inkonsistensi hasil atas faktor-faktor yang diuji.

Tabel 1.1
Inkonsistensi Hasil Penelitian Terdahulu

Variabel	Lestari, Dkk. (2015)	Retnowati (2013)	Risqi dan Harto (2013)	Junaeni dan Agustian (2013)
Reputasi Auditor	(-) √		(+) X	
Presentase Penawaran Saham	(+) X	(+) √		(-) X
Umur Perusahaan	(-) X	(+) X		
Leverage			(+) X	(-) X

(-) = Berpengaruh Negatif | (+) = Berpengaruh Positif | √ = Berpengaruh Signifikan | X = Berpengaruh Tidak Signifikan

Faktor pertama yang mengalami inkonsistensi hasil adalah reputasi *auditor*. Reputasi *auditor* adalah citra atas prestasi serta pandangan publik terhadap nama yang dimiliki *auditor* (Sinarwati, 2010). Risqi dan Harto (2013) mengemukakan bahwa reputasi *auditor* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap terjadinya *underpricing* sedangkan Lestari, dkk. (2015) mengemukakan bahwa reputasi *auditor* berpengaruh negatif dan signifikan.

Faktor kedua yang mengalami inkonsistensi hasil adalah prosentase penawaran saham. Prosentase Penawaran Saham adalah suatu nilai yang menggambarkan banyaknya saham sebuah perusahaan yang akan dimiliki oleh publik (Puspita dan Daljono, 2014). Retnowati (2013) menyatakan prosentase

penawaran saham berpengaruh positif dan signifikan sedangkan Junaeni dan Agustian (2013) menyatakan berpengaruh negatif dan tidak signifikan.

Faktor selanjutnya adalah umur perusahaan. Umur Perusahaan adalah satuan waktu yang menunjukkan seberapa lama sebuah perusahaan dapat bertahan dalam persaingan dan dapat mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian (Syari'I, 2013 dalam Saptari, 2016). Retnowati (2013) mengemukakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap terjadinya *underpricing*, hal lain dikemukakan oleh Lestari, dkk (2015) bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap terjadinya *underpricing*.

Inkonsistensi hasil juga ditemukan pada faktor *leverage*. *Leverage* adalah sebuah rasio mengenai hutang dan modal perusahaan, yang dapat menggambarkan seberapa jauh perusahaan membiayai kegiatannya menggunakan hutang daripada modal (Harahap, 2013). Risqi dan Harto (2013) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap terjadinya *underpricing* sedangkan Junaeni dan Agustian (2013) mengatakan bahwa *leverage* berpengaruh negative dan tidak signifikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali faktor-faktor yang inkonsisten di atas guna mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi peristiwa *underpricing* terutama pada perusahaan yang IPO di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Reputasi Auditor, Prosentase Penawaran Saham,**

Umur Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Tingkat *Underpricing* Saham Perusahaan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017”

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah Reputasi *Auditor* berpengaruh terhadap tingkat *Underpricing* Saham Perusahaan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia pada 2013-2107?
2. Apakah Prosentase Penawaran Saham berpengaruh terhadap tingkat *Underpricing* Saham Perusahaan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia pada 2013-2107?
3. Apakah Umur Perusahaan berpengaruh terhadap tingkat *Underpricing* Saham Perusahaan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia pada 2013-2107?
4. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap tingkat *Underpricing* Saham Perusahaan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia pada 2013-2107?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh Reputasi *Auditor* terhadap tingkat *Underpricing* Saham Perusahaan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia pada 2013-2107.
2. Untuk menganalisis pengaruh Prosentase Penawaran Saham terhadap tingkat *Underpricing* Saham Perusahaan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia pada 2013-2107.

3. Untuk menganalisis pengaruh Umur Perusahaan terhadap tingkat *Underpricing* Saham Perusahaan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia pada 2013-2107.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap tingkat *Underpricing* Saham Perusahaan *Initial Public Offering* di Bursa Efek Indonesia pada 2013-2107.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan yang akan melakukan IPO (*Initial Public Offering*), hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan perusahaan sehingga dapat menghindari hal-hal yang dapat menyebabkan *underpricing* dan memperhatikan secara seksama hal-hal yang dapat menyelamatkan perusahaan dari masalah *underpricing* saham.

2. Bagi investor

Bagi investor, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam proses penilaian suatu saham perusahaan dan proses pengambilan keputusan untuk berinvestasi pada sebuah perusahaan melalui pembelian saham di pasar modal.

3. Bagi akademisi

Bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian lain yang serupa mengenai *underpricing*.