

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Persaingan kompetitif dalam rangka mempertahankan kelangsungan perusahaan merupakan hal yang biasa dalam dunia bisnis. Perusahaan kecil maupun besar akan mengembangkan kinerjanya dalam upaya mengatasi persaingan dalam pasar global. Kondisi yang dihadapi oleh perusahaan yang dihadapkan pada tuntutan persaingan baik itu dalam teknologi, produk yang dihasilkan maupun sumber daya manusianya.

Kebutuhan perusahaan dalam menghadapi persaingan global dalam hal pembiayaan membutuhkan investasi yang sangat besar. Kebutuhan pembiayaan dapat terpenuhi dari berbagai sumber, yaitu dengan pendanaan dari modal sendiri, hutang dari bank, atau pengeluaran surat berharga. Kebutuhan modal tambahan akan sangat dirasakan apabila perusahaan ingin berkembang. Pada saat ini, perusahaan perlu untuk memberikan penambahan modal dengan melakukan penambahan jumlah pemilik dengan penerbitan saham baru dan penambahan hutang hutang..

Harga saham yang ditawarkan kepada publik merupakan salah satu faktor yang sangat penting, baik pemilik saham ataupun pada *underwriter*, hal tersebut dikarenakan berhubungan dengan *under writer* yang menanggung dana dan risiko Paskalis (2016) menyebutkan bahwa Jumlah dana yang diterima emiten adalah

perkalian antara jumlah saham yang ditawarkan dengan harga per saham, sehingga semakin tinggi harga per saham maka dana yang diterima akan semakin besar.

Penentuan harga saham perdana yang dilakukan oleh emiten dipasar seringkali melakukan penawaran harga kepasar dengan harga tinggi, dikarenakan emiten menginginkan dana yang maksimal dari harga penawaran.. Paskalis (2016) mengungkapkan penjamin emisi atau *underwriter* akan berusaha memperkecil risiko dengan tujuan agar tidak mengalami rugi ketika saham yang ditawarkan tidak terjual, penjaminan tipe *full commitment* adalah upaya untuk meminimalkan risiko ketika saham yang ditawarkan tidak habis saat penawaran dipasar umum, strategi yang dilakukan adalah dengan menawarkan harga rendah atau *underpriced*, *underwriter* juga sanggup untuk menawarkan saham dan sanggup membeli saham yang tidak terjual dalam bursa efek. Upaya yang dilakukan *underwriter* untuk mencegah tidak terjualnya saham-saham emiten adalah dengan melakukan negosiasi dengan emiten agar harga saham tersebut tidak terlalu tinggi.

Penelitian telah banyak diteliti tentang faktor yang dapat berpengaruh pada *underprice* di Indonesia. Hapsari (2012) melakukan penelitian tentang faktor yang mempengaruhi *underpricing*, *underpricing* dapat dipengaruhi oleh faktor reputasi *underwriter*, *Underwriter* merupakan perusahaan swasta atau BUMN (pihak luar) yang menjembatani kepentingan emiten dan investor yakni menjadi penanggung jawab atas terjualnya efek emiten kepada investor. Masalah penetapan harga saham yang ditawarkan kepada calon pembeli merupakan pekerjaan yang tidak mudah karena rentannya kesalahan kecil yang terjadi saat IPO dapat menyebabkan kegagalan IPO. Harga jual yang terlalu mahal akan menyebabkan sekuritas tidak

laku. Sebaliknya, harga yang terlalu murah akan menyebabkan perusahaan mengalami *opportunity loss*, dengan demikian reputasi underwriter sangat diperlukan dalam penentuan harga saham.

Faktor lain yang mempengaruhi *underpricing* adalah ukuran perusahaan, Handayani (2011) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing*, Perusahaan berskala besar umumnya lebih dikenal oleh masyarakat daripada perusahaan dengan skala kecil. Karena lebih dikenal maka informasi mengenai perusahaan skala besar lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan skala kecil. Bila informasi ditangan investor banyak maka tingkat ketidakpastian investor akan masa depan perusahaan dapat diketahui. Dengan demikian perusahaan yang berskala besar mempunyai tingkat *underpricing* yang lebih rendah dari perusahaan berskala kecil.

Penelitian yang dilakukan oleh Ningrum (2015) dan Pahlevi (2014) mengungkapkan bahwa *financial leverage* berpengaruh terhadap *underpricing* dimana *financial leverage* memberikan dampak positif terhadap under pricing emiten yang menawarkan saham perdana di pasar Bursa efek indonesia. Akan tetapi perbedaan hasil yang dilakukan oleh Junaeni (2013) yang menyatakan bahwa *Financial Leverage* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*. Laporan keuangan sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena laporan keuangan adalah sumber informasi yang dijadikan pedoman bagi para investor dan *underwriter* dalam menilai kinerja perusahaan dan melihat *cashflow* perusahaan. Laporan keuangan yang berkualitas akan memberikan nilai tambah kepada investor yang akan menanamkan modalnya pada perusahaan, sehingga laporan keuangan perlu diaudit

untuk memberikan kepercayaan terhadap investor dan dapat dipertanggung jawabkan serta dapat dipercaya oleh para investor. Laporan keuangan yang telah diaudit akan memberikan tingkat kepercayaan yang lebih besar kepada pemakainya. Adanya laporan keuangan yang dapat dipercaya akan mengurangi terjadinya kesalahan informasi laporan keuangan. Investor akan melihat kinerja perusahaan dengan melihat laporan keuangan berupa profitabilitas dengan indikator ROE (*return on Equity*), nilai perusahaan yaitu dilihat dari nilai rasio EPS (*earning per Share*) dan *financial leverage* yaitu dilihat dari perbandingan antara total hutang dengan total aktiva.

Oktavia (2015), Ningrum (2015) dan Riyadi (2013) mengungkapkan faktor lain yang mempengaruhi *underpricing* adalah profitabilitas perusahaan dan reputasi under writer, dimana semakin tinggi nilai ROA dan reputasi under writer maka harga saham perusahaan yang melakukan IPO akan semakin tinggi begitu sebaliknya jika nilai ROA dan reputasi under writer turun maka harga saham akan ikut turun. Hasil berbeda penelitian Hapsari (2012) yang menyatakan bahwa reputasi under writer dan ROA berpengaruh negatif terhadap under pricing. Faktor lain yang mempengaruhi under pricing adalah umur perusahaan, karena umur adalah salah satu sumber informasi bagi investor untuk mengetahui kekuatan perusahaan dalam mempertahankan eksistensi perusahaan, lamanya perusahaan beroperasi, mengindikasikan perusahaan mampu bertahan dan telah banyak pengalaman dalam menghadapi ekonomi yang fluktuatif. Investor akan cenderung percaya terhadap perusahaan yang telah berdiri sudah lama dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri.

Investor akan percaya dan yakin terhadap perusahaan dalam menginvestasikan dananya pada emiten perusahaan. Seperti yang diungkapkan oleh Pahlevi (2014) yang mengungkapkan bahwa investor akan cenderung memilih perusahaan yang sudah lama berdiri dan sudah terbukti menghasilkan profitabilitas dan memiliki kinerja yang bagus, umur perusahaan juga berdampak pada nilai *underpricing* perusahaan, selain itu ukuran perusahaan yang tinggi akan mempengaruhi *underpricing* harga saham. Hasil berbeda yang dilakukan oleh Riyadi (2013) yang menyatakan bahwa umur perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

Proses penjualan saham pertama sering disebut dengan IPO (*initial public offering*) penawaran saham baru yang menambah jumlah saham yang telah ada. Pihak manajemen akan berusaha menambah penerbitan atau menambah jumlah kepemilikan saham dengan melakukan berbagai cara yaitu menjual saham kepada pemilik saham tunggal (*privacy placement*) menjual kepada pemegang saham yang ada, menambah saham melalui penahanan deviden dan menjual melalui ESOP (*employem Stock Ownership Plan*) kepada karyawan (Tandelin, 2010). Berdasarkan data dari bursa efek indonesia periode tahun 2012-2016 didapatkan rata-rata nilai *underprice* tiap tahun, periode tahun 2012-2016 dapat dideskripsikan bahwa nilai rasio *underprice* perusahaan yang melakukan IPO periode 2012 – 2016 memiliki nilai *underprice* rata-rata *underprice* sebesar 0,280. Pada periode tahun 2012 hingga tahun 2016 nilai *underprice* perusahaan mengalami fluktuatif peningkatan dan penurunan nilai dari yaitu pada tahun 2012 ke tahun 2013 dan dari tahun 2015 ke tahun 2016 mengalami penurunan nilai *underprice* dan mengalami

peningkatan nilai underprice pada periode 2013 hingga 2015. Apabila dilihat secara keseluruhan dari tahun 2012 hingga tahun 2016 nilai *underprice* cenderung turun, seperti yang terangkum pada tabel berikut

Tabel 1.1  
Rata-rata *Underprice* perusahaan IPO periode 2012-2016

Tahun	Nilai Underprice
2012	0,319
2013	0,235
2014	0,271
2015	0,298
2016	0,287
Rata-rata	0,280

Sumber: idx.co.id, data diolah tahun 2017

Faktor yang mempengaruhi profitabilitas diantaranya adalah *financial leverage*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan. Herdiani (2013) dan Ritonga (2013) dan Rusmawati (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dan umur perusahaan serta *financial leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil berbeda yang di teliti Ayani (2016) yang menyatakan bahwa umur perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini diberi judul **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fenomena *Underpricing* melalui profitabilitas sebagai variabel intervening Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Latar belakang yang telah dikemukakan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *financial leverage* terhadap profitabilitas di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh umur perusahaan terhadap profitabilitas di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas di Bursa Efek Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh reputasi *underwriter* terhadap profitabilitas di Bursa Efek Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap *Underpricing* di Bursa Efek Indonesia?
6. Bagaimana pengaruh *financial leverage* terhadap *Underpricing* di Bursa Efek Indonesia?
7. Bagaimana pengaruh umur perusahaan terhadap *Underpricing* di Bursa Efek Indonesia?
8. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Underpricing* di Bursa Efek Indonesia?
9. Bagaimana pengaruh reputasi under writer terhadap *Underpricing* di Bursa Efek Indonesia?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh *financial leverage* terhadap profitabilitas di Bursa Efek Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan terhadap profitabilitas di Bursa Efek Indonesia
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas di Bursa Efek Indonesia
4. Untuk mengetahui pengaruh reputasi *underwriter* perusahaan terhadap profitabilitas di Bursa Efek Indonesia
5. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap *Underpricing* di Bursa Efek Indonesia
6. Untuk mengetahui pengaruh *financial leverage* terhadap *Underpricing* di Bursa Efek Indonesia
7. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan terhadap *Underpricing* di Bursa Efek Indonesia
8. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan perusahaan terhadap *Underpricing* di Bursa Efek Indonesia
9. Untuk mengetahui pengaruh reputasi *underwriter* perusahaan terhadap *Underpricing* di Bursa Efek Indonesia

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah

##### 1. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah

- a. Penelitian dapat memberi masukan tentang faktor yang dapat dipertimbangkan dalam mengambil keputusan oleh investor untuk berinvestasi saat membeli saham yang baru masuk bursa saham sehingga akan mendapatkan laba yang sesuai harapan
- b. Informasi dapat diberikan bagi emiten tentang adanya faktor yang dapat berpengaruh pada saat terjadinya *underprice*, sehingga dapat untuk pertimbangan dalam menghindari dan meminimalkan *underprice* dalam mencapai kesuksesan penawaran saham perdana.

##### 2. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah.

- a. Memperjelas ilmu pengetahuan dan wawasan baru mengenai analisa fenomena *underprice* yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor pada perusahaan yang melakukan penawaran perdana.
- b. Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada peneliti lain mengenai fenomena *underprice* sehingga dapat digunakan sebagai pijakan dalam meneliti selanjutnya.