

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan tambahan modal semakin bertambah sejalan dengan perkembangan perusahaan. Hal ini menuntut manajemen untuk memilih apakah tambahan modal akan dilakukan dengan cara hutang atau dengan cara menerbitkan saham di pasar modal. Seringkali menjual saham di pasar modal menjadi alternatif pendanaan. karena, perusahaan dapat menghimpun dana dari masyarakat yang relatif besar dengan biaya yang lebih rendah daripada hutang.

Pasar modal merupakan wadah alternatif perusahaan memperoleh dana untuk keperluan pendanaan, membiayai kegiatan operasional, ekspansi serta memperbaiki struktur modal perusahaan. Bagi investor, di pasar modal tersedia berbagai *financial asset* yang menawarkan tingkat keuntungan dan resiko yang berbeda, sehingga investor bebas memilih untuk menginvestasikan dananya dengan harapan bahwa investasi tersebut mampu memberikan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Penawaran saham perdana (*initial public offering/IPO*) adalah suatu peristiwa dimana untuk pertama kalinya perusahaan menjual atau menawarkan sahamnya kepada khalayak ramai (*public*) di pasar modal. Ketika perusahaan pertama kali melakukan penawaran sahamnya ke pasar modal, masalah pelik yang dihadapi adalah penentuan harga di pasar perdana tersebut. Di satu pihak perusahaan tidak ingin menawarkan saham baru dengan harga yang terlalu rendah kepada investor,

tetapi di sisi lain investor menginginkan untuk memperoleh *capital gains* dari pembelian saham di pasar perdana tersebut. Perbedaan kepentingan tersebut, dimana emiten ingin memperoleh dana yang lebih besar dan investor menginginkan *return*, mengakibatkan *underpricing*, yakni adanya selisih positif antara harga saham di pasar sekunder dengan harga perdana.

Penentuan harga (*pricing*) dalam IPO merupakan bagian yang sulit sekaligus penting, karena tidak ada harga sebelumnya dipasar dan sejarah mengenai operasi perusahaan sangat sedikit atau hampir tidak ada. Jika harga ditentukan terlalu rendah, perusahaan penerbit tidak dapat memperoleh dana maksimal dari potensi yang ada untuk menaikkan modalnya. Sementara jika harga terlalu tinggi, investor akan memperoleh *return* yang sangat rendah sehingga berakibat pada penolakan investor untuk membeli saham tersebut. Dengan demikian, tanpa *pricing* yang akurat, pasar dapat menguntungkan salah satu pihak dan merugikan pihak lainnya. Hal ini tidak sesuai dengan pengaktifan kembali pasar modal yaitu pemerataan pandangan masyarakat (investor) melalui kepemilikan saham perusahaan. Akan tetapi harga yang sebenarnya ini baru bisa diketahui setelah saham dijual dipasar sekunder, karena harga ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan (*supply and demand*) dari investor.

Untuk menciptakan harga saham yang ideal, terlebih dahulu perlu dipelajari faktor-faktor yang mempengaruhi gejala *underpricing*. Dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi *underpricing* akan dapat menghindarkan perusahaan yang akan *go-public* terhadap kerugian karena *underestimate* atas nilai pasar sahamnya, sedangkan bagi investor adalah sebaliknya. Beberapa faktor yang dapat

dihubungkan dengan *underpricing* adalah reputasi auditor, reputasi *underwriter*, profitabilitas, pengalaman manajemen, besaran perusahaan, umur perusahaan, leverage keuangan, persentase saham yang ditahan oleh pemilik lama, kondisi pasar. faktor-faktor tersebut disinyalir berpengaruh terhadap keputusan investor.

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Triastuti Susilo (2003) yang menggunakan informasi prospektus baik keuangan maupun non keuangan dalam mempengaruhi tingkat *underpriced*. Dari penelitian tersebut tidak ada satu variabel independent pun yang berpengaruh terhadap tingkat *underpriced*. Oleh karena itu penelitian ini mencoba menguji ulang dengan menambah variabel non keuangan yaitu : besaran perusahaan dan mengganti variabel keuangan ROI dengan ROE serta mengklasifikasikan perusahaan berdasarkan jenis usaha yaitu terbatas pada perusahaan non securities, perbankan dan lembaga keuangan sejenis.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah;

Apakah reputasi auditor, reputasi *underwriter*, besaran perusahaan, umur perusahaan, persentase saham yang ditahan pemilik lama, profitabilitas (ROE) dan *financial leverage* dalam prospektus berpengaruh terhadap *underpriced*?

### **C. Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini perusahaan yang dijadikan obyek penelitian hanya terbatas pada perusahaan-perusahaan non *securities*, perbankan dan lembaga keuangan sejenis. Alasan mengeluarkan perusahaan *securities*, perbankan dan lembaga keuangan sejenis adalah karena perusahaan pada sektor ini mempunyai rasio yang berbeda dengan perusahaan sektor lain.

### **D. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian adalah untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh reputasi auditor, reputasi *underwriter*, besaran perusahaan, umur perusahaan, persentase saham yang ditahan pemilik lama, profitabilitas (ROE) dan *financial leverage* dalam prospektus terhadap tingkat *underpriced* pada perusahaan manufaktur.

### **E. Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi investor, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi mengenai hal-hal yang berpengaruh signifikan terhadap *initial return* saat IPO, sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menanamkan modalnya diperusahaan *go-public*.
2. Bagi pihak yang berkepentingan terhadap pasar modal Indonesia, misalnya: BAPEPAM, PT Bursa Efek Jakarta, calon emiten, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam meningkatkan peranya dalam memenuhi kebutuhan pihak pemakai informasi.

3. Bagi ilmu pengetahuan, khususnya Akuntansi Keuangan, hasil penelitian ini dapat menambah khasanah pustaka yang berminat terhadap pengetahuan dalam bidang pasar modal.

## **F. Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab :

BAB I berisi Pendahuluan. Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, yaitu pokok masalah dan hal-hal yang melatar belakangi penelitian, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II adalah Tinjauan Pustaka. Dalam bab ini membahas tentang teori-teori yang mendasari penelitian ini, yang meliputi: pengertian informasi, pengertian prospektus, pengertian *underpriced*, pengertian saham, IPO, tinjauan penelitian sebelumnya yang sejenis; kerangka pemikiran dalam bentuk gambar hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dan hipotesis yang digunakan sehubungan dengan penelitian ini.

BAB III Metodologi penelitian. Bagian ini berisi populasi yaitu semua perusahaan yang listing di BEJ periode 2000-2004 dan sampel yaitu perusahaan non securities, perbankan dan lembaga keuangan sejenis yang listing di BEJ periode 2000-2004. Sumber data, metode pengumpulan data yang digunakan, definisi operasional variabel dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan. Bab ini menjelaskan hasil data yang telah diperoleh dan pembahasan dengan menggunakan alat analisis yang

telah ditentukan, yang memuat: deskripsi statistik mengenai sampel penelitian, variabel- variabel penelitian dan hasil pengujian hipotesis.

BAB V Kesimpulan. Dalam bab ini berisi kesimpulan yang ambil peneliti sehubungan dengan hasil dari pembahasan dan rujukan penelitian sebelumnya untuk menemukan perbandingan antara temuan peneliti dengan penelitian sebelumnya, saran dan keterbatasan penelitian, yang memuat kelemahan dan faktor-faktor keterbatasan yang kemungkinan mempengaruhi penelitian serta implikasi hasil penelitian.