

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

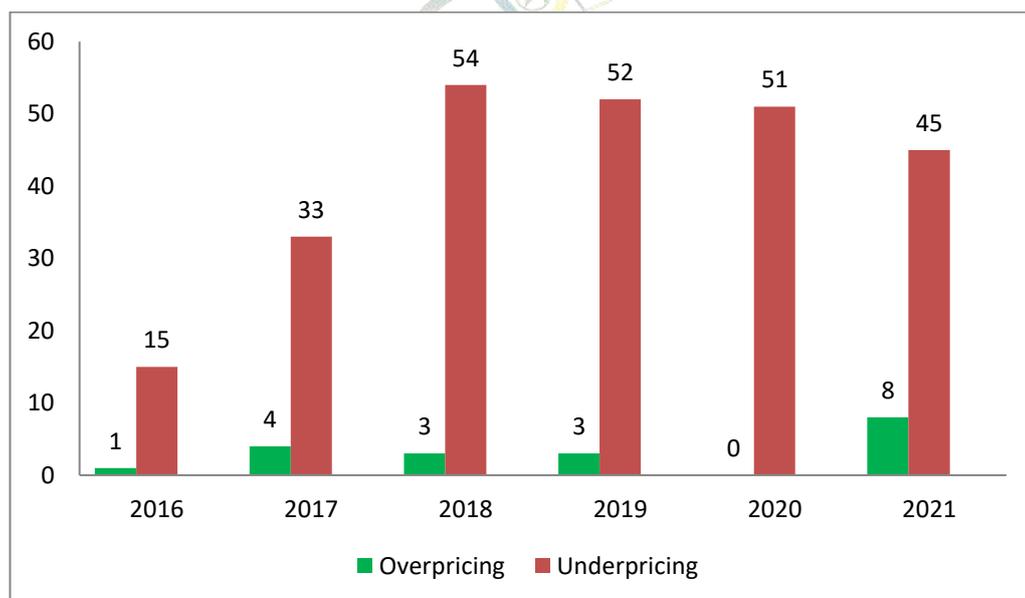
Semua perusahaan pastinya berkeinginan untuk melakukan ekspansi bisnis. Untuk mewujudkan hal tersebut, perusahaan memerlukan modal yang banyak. Kebutuhan akan modal tentunya tidak dapat dipenuhi hanya dengan mengandalkan dana dari pihak internal perusahaan saja, melainkan perusahaan harus dapat mencari sumber modal dari pihak eksternal perusahaan yaitu di pasar modal. Salah satu cara untuk mendapatkan tambahan dana dalam rangka pengembangan bisnis bagi perusahaan yaitu dengan *go public*. Melantai di bursa efek Indonesia bias menjadi pintu bagi perusahaan agar masyarakat dapat membeli saham perusahaan. Pasar modal adalah sarana yang dapat digunakan oleh emiten atau perusahaan yang membutuhkan dana untuk mengembangkan usaha. (Abi, 2016). Dana yang ditawarkan di pasar modal melalui beberapa aksi korporasi perusahaan salah satunya yakni, pencatatan perdana saham (*Initial public offering/IPO*). (Nasution, 2015).

IPO cenderung dilakukan oleh perusahaan karena untuk meningkatkan modal dan likuiditas bagi pemegang saham serta meningkatkan citra perusahaan. Perusahaan yang akan melakukan IPO, harus melewati beberapa tahapan hingga tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Tahapan pentingnya ialah, membuat kontrak dengan *underwriter*. Tugas utama *underwriter* yakni memberi saran, evaluasi kondisi perusahaan serta menentukan harga saham di pasar perdana bersama perusahaan yang melakukan penjualan saham. Sulit untuk menentukan harga saham saat di pasar perdana sebab belum tersedianya harga pasar sebelumnya sebagai dasar untuk menetapkan besarnya penawaran. Situasi ini memicu *underwriter* untuk membuat harga saham tersebut lebih murah sebagai antisipasi pengurangan resiko yang ditimbulkan. Kondisi inilah yang kerap membuat fenomena *underpricing* saham sering terjadi. *Underpricing* yaitu, dimana harga saham di pasar perdana lebih rendah dari harga saham di pasar

sekunder. Kebalikan dari *underpricing* adalah *overpricing*, dimana harga saham di pasar perdana lebih tinggi dari saham di pasar sekunder. Fenomena *underpricing* saham ini merupakan gejala umum dari pasar modal, namun faktor-faktor yang mempengaruhinya berbeda-beda. Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* saham yang akan dibahas oleh peneliti, yaitu pengaruh umur perusahaan, persentase saham yang ditawarkan dan reputasi *underwriter*.

Pada grafik dibawah ini terlihat fluktuasi fenomena *underpricing* saham pada tahun 2016-2018 mengalami peningkatan, tetapi pada tahun 2018-2021 mengalami penurunan.

**Gambar 1.1**  
**Tingkat *Underpricing* Saham Pada Tahun 2016-2021**



**Sumber : Data yang diolah (2021)**

Penelitian mengenai pengaruh umur perusahaan, persentase saham yang ditawarkan dan reputasi *underwriter* pada saat *initial public offering* (IPO) terhadap *underpricing* saham sudah banyak dilakukan, tetapi masih terdapat ketidakkonsistenan pada hasil penelitian (output) yang ada. Perbedaan hasil penelitian tersebut dapat dilihat melalui tabel dan uraian *Research Gap* dibawah ini:

**Tabel 1.1**  
***Research Gap Underpricing***

No.	Variabel Dependen (Y)	Variabel Independen (X)	Pengaruh	Penelitian Sebelumnya
1	<i>Underpricing</i>	Umur Perusahaan	Berpengaruh Negatif	Ramadana (2018)
			Tidak Berpengaruh	Ayuwardani dan Isroah (2016)
Persentase Saham Yang Ditawarkan		Tidak Berpengaruh	Puspita, dkk (2020)	
		Berpengaruh Positif	Kusminto (2017)	
3		Reputasi <i>Underwriter</i>	Berpengaruh Negatif	Rizal, dkk (2021)
			Tidak Berpengaruh	Yunita dan Chairunnisa (2017)

Umur perusahaan menjadi bukti nyata bagaimana perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya dalam kurun waktu tertentu. Semakin lama, umur perusahaan maka semakin baik pula citra perusahaan terbangun. Berdasarkan table 1.1 perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ramadana yakni umur perusahaan berpengaruh negatif dengan *underpricing* (Ramadana, 2018). Bertolak belakang dengan penelitian Ayuwardani dan Isroah bahwa hasil variabel umur perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing* (Ayuwardani & Isroah, 2018).

Jika jumlah saham yang ditawarkan semakin banyak maka semakin banyak pula informasi yang ada dan didapat investor sehingga investor akan lebih mengenal dan memiliki informasi mengenai perusahaan. Hal itu akan berdampak pada tingkat *underpricing* perusahaan nantinya. Penelitian yang dilakukan oleh Puspita menunjukkan bahwa variabel persentase saham yang ditawarkan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *underpricing* (Puspita & Wahyuningsih, 2020). Hasil yang berbeda dengan penelitian Kusminto yang menyatakan bahwa variabel persentase saham yang ditawarkan berpengaruh positif terhadap *underpricing* (Kusminto, 2017)

*Underwriter* adalah pihak yang memiliki informasi lebih baik mengenai permintaan dan penawaran saham dibanding perusahaan itu sendiri. Hal inilah yang menyebabkan *underpricing* terjadi. Penelitian yang dilakukan Rizal, dkk

menunjukkan bahwa variabel reputasi *underwriter* berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham pada saat IPO (Rizal et al., 2021). Namun, tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunita dan Chairunnisa yang memperlihatkan variabel reputasi *underwriter* tak berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada saat IPO (Yunita & Chairunnisa, 2017).

Dari perbedaan hasil penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* pada saat IPO, penulis termotivasi untuk *research* kembali penelitian dengan penggunaan variabel bebas yaitu, umur perusahaan, persentase saham yang ditawarkan dan reputasi *underwriter*. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini diberi judul: **“Pengaruh Umur Perusahaan, Persentase Saham Yang Ditawarkan Dan Reputasi Underwriter Pada Saat Initial Public Offering (IPO) Terhadap Underpricing Saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2021”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka ada beberapa hal yang menjadi permasalahan yaitu sebagai berikut :

1. Pada tahun 2016-2017 *underpricing* saham mengalami kenaikan sebanyak dua kali lipat lebih dari tahun 2016.
2. Pada tahun 2017-2018 *underpricing* saham mengalami kenaikan yang cukup signifikan.
3. Pada tahun 2018-2021 *underpricing* saham mengalami penurunan.
4. Terjadi fluktuatif pada *underpricing* saham yang menunjukkan bahwa perusahaan dinilai lebih rendah oleh *underwriter* dari kondisi yang sesungguhnya.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka permasalahan utama yang akan dibahas dalam penelitian adalah :

1. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) tahun 2016-2021?
2. Apakah persentase saham yang ditawarkan berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) tahun 2016-2021?
3. Apakah reputasi *underwriter* berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) tahun 2016-2021?
4. Apakah umur perusahaan, persentase saham yang ditawarkan dan reputasi *underwriter* berpengaruh terhadap *underpricing* saham secara simultan pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) tahun 2016-2021?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) tahun 2016-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh persentase saham yang ditawarkan terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) tahun 2016-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh reputasi *underwriter* terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) tahun 2016-2021.
4. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan, persentase saham yang ditawarkan dan reputasi *underwriter* terhadap *underpricing* saham secara simultan pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) tahun 2016-2021.

## E. Manfaat Penelitian

### Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan : Sebagai referensi bagi *stakeholder* sebagai pengambil keputusan bisnis saat *Initial public offering* (IPO).
2. Bagi Investor : Dijadikan sebagai pertimbangan untuk investor saat berinvestasi di pasar modal. Investor bias memaksimalkan *profit* dari dividen dan *capital gain*.
3. Bagi Peneliti : Memperdalam pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh umur perusahaan, persentase saham yang ditawarkan dan reputasi *underwriter* pada saat *Initial public offering* (IPO) terhadap *underpricing*.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya : Sumber referensi bagi penelitian-penelitian kedepannya agar lebih mendalam, dan menambah penalaran terhadap permasalahan yang sama dimasa yang akan datang.

### Manfaat Teoritis

1. Mengembangkan pengetahuan dalam dunia pasar modal seiring pertumbuhan ekonomi, serta memberikan sumbangan berupa karya ilmiah dalam ilmu akuntansi, yaitu mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* saham.