

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pesatnya pertumbuhan ekonomi di dunia bisnis juga diiringi dengan persaingan yang sangat ketat, kalau ingin mampu bertahan dan bersaing di dunia bisnis. Perusahaan harus mampu menawarkan modal yang dibutuhkan untuk kelangsungan ketahanan perusahaannya. Salah satu cara yang dapat mendukung perusahaan untuk memenuhi kebutuhan keuangannya, adalah dengan menerbitkan saham nya ke pasar modal. Kegiatan ini dikenal dengan istilah penawaran perdana atau initial publik offering atau IPO.

Alasan Penulis Memilih Studi Kasus pada emiten sektor barang konsumen primer dikarenakan pada tahun 2019-2021 dunia sedang dilanda bencana COVID-19 yang membuat seluruh perekonomian di dunia mengalami kendala yang cukup berat, kesulitan akibat pandemi COVID-19, akan tetapi di lansir dari laman https://carisaham.com/sektor/kriteria/covid19_survivor/3/9 masih ada beberapa perusahaan yang menorehkan hasil yang positif salah satunya dari sektor barang konsumsi primer , ini membuat penulis tertarik memilih emiten sektor barang konsumen primer untuk dijadikan penelitian saat mereka melakukan IPO di masa COVID 19.

IPO itu pada dasarnya ialah tata cara penambahan modal yang dilakukan oleh emiten besar, yang emiten tersebut akan memperdagangkan sahamnya ke masyarakat umum untuk pertama dalam sejarah emiten tersebut. Sehabis IPO, saham emiten diperjual belikan di pasar modal, IPO tentunya akan menambah modal belanja perusahaan dan memberi likuiditas untuk pendiri emiten dan investor pertama.

Saat IPO, emiten akan melakukan penjualan saham di pasar perdana terlebih dahulu setelah itu saham – saham akan di perdagangkan di pasar sekunder, jika harga saham di pasar

sekunder lebih rendah dibandingkan di pasar sekunder maka inilah yang dinamakan Underpricing, atau Underpricing bisa juga dikatakan selisih positif antara harga saham di pasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana, contoh : harga saham yang dimiliki oleh emiten A dipasar perdana adalah 100 dan harga saham emiten A dipasar sekunder adalah 150 maka, $150-100$ hasilnya ialah 50, ini adalah rumus initial return, Jika lebih besar dari 0 maka emiten tersebut dikatakan underpricing, dan jika lebih kecil dari 0 emiten tersebut tidak masuk kategori underpricing. (Muhamad Dery Fazri 2011).

Sebuah kondisi dimana rata rata harga saham suatu emiten saat IPO lebih rendah dari pada harga saat di pasar modal, istilah inilah yang dinamakan *Underpricing*. Kerugian dari sisi perusahaan merupakan akibat dari *Underpriced* yang cukup tinggi, sehingga emiten tidak bisa mendapatkan modal atau dana secara maksimal. Ketika banyak emiten mengalami Underpricing ketika IPO , maka akan menjadi sebuah Fenomena Underpricing, tetapi ketika emiten mengalami overpricing para investor bisa merugi sebab, initial return yang merupakan tujuan utama saat pembelian saham yang mereka lakukan tidak akan mereka dapatkan.

Fenomena Underpricing akan menjadi sinyal yang positif untuk para investor yang menjadikan mereka untuk memperoleh initial return yang merupakan tujuan utama mereka melakukan perdagangan saham, yang akan mereka dapatkan dari periode penawaran sampai ke periode penutupan saat hari perdana. Underpricing meskipun sepertinya akan membuat suatu emiten mengalami kerugian, akan tetapi underpricing dapat menguntungkan bagi suatu emiten tersebut dikarenakan, semua sahamnya akan laku terjual habis.

Dalam proses go public, sebelum saham diperdagangkan di pasar sekunder (bursa efek), terlebih dahulu saham perusahaan yang akan go public dijual di pasar perdana. Underpricing juga dipengaruhi oleh beberapa faktor tetapi penulis hanya memakai 3 faktor saja, yakni : Reputasi underwriter, Umur perusahaan, Reputasi auditor. Kenapa penulis hanya memakai 3

faktor tersebut, karena penulis memilih menggunakan beberapa indikator-indikator yang menurut penulis adalah yang paling gampang untuk di terapkan.

Menurut Daljono (2000) dalam Puspita (2011), umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan. Semakin lama umur perusahaan, maka semakin banyak informasi yang telah diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut. Dengan demikian akan mengurangi adanya asimetri informasi dan memperkecil ketidakpastian di masa yang akan datang. Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan telah menjalankan usahanya sehingga berpengaruh pada tingkat pengalaman yang dimilikinya dalam menghadapi persaingan. Perusahaan yang beroperasi lebih lama mempunyai kemungkinan yang lebih besar untuk menyediakan informasi perusahaan yang lebih banyak dan luas daripada perusahaan yang baru saja berdiri. Dengan demikian akan mengurangi adanya asimetri informasi dan memperkecil ketidakpastian pasar dan pada akhirnya akan mempengaruhi underpricing saham. Selain itu perusahaan-perusahaan yang umurnya lebih tua bisa dipersepsikan sebagai perusahaan yang sudah tahan uji sehingga kadar risikonya rendah. Dengan demikian, pada umumnya semakin tua umur perusahaan, maka peluang terciptanya initial return akan semakin rendah atau tingkat underpricing semakin rendah. Semakin lama perusahaan berdiri maka masyarakat luas akan lebih mengenalnya dan investor secara khusus akan lebih percaya terhadap perusahaan yang sudah terkenal dan lama berdiri dibandingkan dengan perusahaan yang relatif masih baru. Perusahaan yang sudah lama berdiri tentunya mempunyai strategi dan kiat-kiat yang lebih baik untuk tetap bertahan di masa depan. Umur perusahaan dihitung mulai perusahaan didirikan berdasarkan akte pendirian perusahaan sampai perusahaan melakukan IPO..

Underwriter adalah pihak yang membuat kontrak dengan emiten untuk melakukan penawaran umum bagi kepentingan emiten dengan atau tanpa kewajiban untuk membeli sisa efek yang tidak terjual. Underwriter dalam hal ini memperoleh informasi lebih baik mengenai permintaan saham-saham emiten, dibandingkan emiten itu sendiri.

Oleh karena itu, underwriter akan memanfaatkan informasi yang dimiliki untuk memperoleh kesepakatan optimal dengan emiten. Reputasi Underwriter dapat dilihat dari dua sisi, dari sisi klien maupun investor. Jika dilihat dari sisi klien, underwriter yang memiliki reputasi yang baik dapat dilihat dari tingkat permintaan jasa penjaminan dari klien. Semakin banyak emiten yang mempercayakan IPO kepada underwriter, berarti underwriter tersebut dapat dikatakan memiliki reputasi yang baik. Sedangkan dari sisi calon investor, reputasi underwriter dapat dilihat dari nilai IPO (gross proceeds). Semakin tinggi nilai IPO, berarti semakin besar kepercayaan calon investor kepada underwriter (Mohammad Yasin 2018).

Perusahaan yang melakukan IPO akan memilih KAP yang memiliki reputasi baik, KAP yang bereputasi baik dapat diketahui dari KAP yang masuk jajaran KAP Big Ten di Indonesia, misalnya Deloitte - KAP Osman Bing Satrio. Reputasi auditor berpengaruh pada kredibilitas laporan keuangan ketika perusahaan melakukan go public. Auditor yang bereputasi tinggi dapat digunakan sebagai tanda atau petunjuk terhadap kualitas perusahaan emiten (Holland dan Horton, 1993). Dengan memakai auditor yang profesional atau berkualitas, maka akan mengurangi kesempatan emiten untuk melakukan kecurangan dalam menyajikan informasi yang tidak menyesatkan mengenai prospeknya dimasa mendatang. Hal ini berarti penggunaan auditor bereputasi tinggi akan mengurangi ketidakpastian di masa mendatang serta akan meminimalisir terjadinya underpricing.

Suatu emiten mengalami kerugian yang cukup besar akibat dari underpricing, sebab modal yang didapatkan emiten dari IPO kurang, akan tetapi kalau terjadi overpricing, kerugian akan ditanggung oleh para pemegang saham, dikarenakan para pemegang saham tidak mendapatkan capital gain dari proses jual beli saham mereka. Capital gain ialah kenaikan harga yang dibeli dari suatu saham dari suatu emiten, underpricing selalu berusaha diminimalisir terjadi oleh para pemilik emiten, sebab jika terjadi dan tidak diminimalisir yang mendapat kerugian cukup besar ialah emiten.

Terjadinya underpricing merupakan hal yang cukup normal terjadi, karena naiknya harga saham di pasar modal rata-rata mendapatkan pengaruh dari supply dan demand atau permintaan dan penawaran dari para investor. Jika suatu emiten mengalami underpricing yang cukup besar maka dapat dikatakan emiten tersebut bukanlah emiten yang berkualitas, akan tetapi jika suatu emiten tidak mengalami underpricing yang cukup besar dapat dikatakan emiten tersebut adalah emiten yang memiliki kualitas cukup baik. (Yasin,2018).

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini menggunakan data perusahaan IPO yang ter-up to date dan datanya masih tersedia di website resmi IDX, dapat ditemukan Evidence gap, evidence gap adalah kesenjangan yang ada dalam bukti penelitian. Singkatnya penulis menemukan titik kesenjangan antara fenomena yang tidak asing dengan bukti lapangan yang ditemukan, yaitu underpricing dapat terjadi karena reputasi underwriter, reputasi auditor dan umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap underpricing, penulis mengangkat judul penelitian “ **ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI UNDERPRICING SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) DI BEI PERIODE (2019 – 2021) (Studi Kasus Pada Emiten Sektor Barang Konsumsi Primer)** ”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh para peneliti peneliti terdahulu yang mengangkat tentang tema underpricing saham saat IPO di Bursa Efek Indonesia, maka peneliti mendapatkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Umur Perusahaan mempengaruhi *underpricing* saham ketika suatu emiten melakukan IPO ? .
2. Apakah Reputasi Underwriter mempengaruhi underpricing saham ketika suatu emiten melakukan IPO ?.
3. Apakah reputasi auditor mempengaruhi underpricing saham ketika suatu emiten melakukan IPO ? .
4. Apakah Umur Perusahaan, Reputasi Underwriter, dan reputasi auditor secara simultan mempengaruhi underpricing saham ? .

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang di atas, maka peneliti mempunyai beberapa tujuan penelitian yang akan peneliti sebutkan , berikut ini adalah tujuan peneliti melakukan penelitian ini :

1. Untuk mengetahui apakah reputasi underwriter mempunyai pengaruh akan terjadinya underpricing saham ?.
2. Untuk mengetahui apakah umur perusahaan mempunyai pengaruh akan terjadinya underpricing saham ?

3. Untuk mengetahui apakah reputasi auditor mempunyai pengaruh akan terjadinya underpricing saham ?

4. Untuk mengetahui apakah reputasi underwriter, umur perusahaan, dan reputasi auditor secara simultan mempunyai pengaruh akan terjadinya underpricing saham ?

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari melakukan penelitian yaitu :

1. Manfaat Praktis

a. Pemegang Saham

Untuk informasi sebagai saran dan pertimbangan dengan melihat berbagai faktor terlebih dahulu, jika akan membeli saham.

b. Bagi Emiten

Emiten dapat memberi informasi mengenai faktor faktor yang berpengaruh terhadap underpricing saham, kepada pihak yang ingin melakukan perdagangan saham.

c. Bagi Penulis

Berguna untuk memperluas ilmu mengenai underpricing saham yang terjadi pada emiten IPO.

2. Manfaat Teoritis

a. Masyarakat

Masyarakat dapat menjadikan hasil dari penelitian ini untuk evaluasi saham saham apa yang akan di pilih.

b. Mahasiswa

Mahasiswa dapat menjadikannya sebagai bahan referensi jika melakukan penelitian yang sesuai dengan judul.

c. Untuk Pendidikan

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk pengembangan penelitian dan referensi untuk penelitian yang sesuai dengan judul, serta kedepannya dapat berguna untuk para calon sarjana yang menempuh mata kuliah skripsi , khususnya teruntuk calon sarjana di bidang ekonomi.