

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang tengah berkembang tentu akan membutuhkan dana yang cukup besar dalam menjalankan kegiatan operasional nya untuk memperkuat struktur keuangan atau permodalan perusahaan. Sumber dana yang dapat diperoleh perusahaan terbagi menjadi dua, yaitu dana yang berasal dari internal dan eksternal. Sumber dana internal diperoleh dari laba yang disisihkan perusahaan menjadi laba ditahan, sedangkan sumber dana eksternal diperoleh dari penerbitan obligasi, pinjaman dari bank dan penerbitan saham. Penerbitan saham perusahaan kepada masyarakat umum dikenal dengan istilah *Go public*.

Dalam proses *go public*, sebelum saham diperdagangkan di bursa efek terlebih dahulu saham perusahaan yang akan *go public* dijual di pasar perdana. Kegiatan yang dilakukan dalam rangka penawaran umum saham di pasar perdana disebut IPO (*Initial Public Offering*). Selanjutnya saham bisa diperdagangkan di Bursa Efek, yang biasa disebut pasar sekunder (*secondary market*).

Ketika perusahaan akan melakukan *Initial Public Offering* (IPO) perusahaan harus membuat prospektus yang merupakan ketentuan yang ditetapkan oleh BAPEPAM. Informasi prospektus dapat dibagi menjadi dua yaitu informasi akuntansi dan non-akuntansi. Informasi akuntansi adalah laporan keuangan yang terdiri dari neraca, perhitungan laba/rugi, laporan arus kas dan penjelasan laporan keuangan. Informasi non akuntansi adalah informasi selain laporan keuangan

seperti : *underwriter*, auditor independen, konsultan hukum, nilai penawaran saham yang ditawarkan, persentase saham, umur perusahaan, jenis perusahaan, kondisi perekonomian dan informasi lainnya.

Dalam kegiatan penawaran saham perdana, terdapat suatu fenomena menarik yang disebut dengan *underpricing* dimana harga saham di pasar perdana lebih rendah dibanding harga saham di pasar sekunder. Fenomena *underpricing* ini merupakan fenomena jangka pendek yang dari beberapa penelitian disebutkan sebagai akibat dari adanya kecenderungan dari *underwriter* untuk menekan harga untuk menghindari resiko yang harus ia hadapi karena fungsi penjaminannya , dan kemungkinan tidak terjualnya surat berharga dimasa yang akan datang.(Rita dan Ade, 2005)

Fenomena *underpricing* di dalam IPO ini dikenal hampir di seluruh dunia. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *underpricing* terjadi hampir pada setiap pasar efek di seluruh dunia, seperti Amerika Serikat, Kuala Lumpur, Korea, Hongkong, dan Inggris. Hal tersebut juga terjadi pada pasar efek di Indonesia. Faktanya jumlah perusahaan yang sahamnya mengalami *underpricing* pada tahun 2005-2009 dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini

TAHUN	EMITEN YANG MELAKUKAN IPO	EMITEN YANG UNDERPRICING
2005	8	7
2006	12	10
2007	21	20
2008	17	14
2009	13	8
Total	71	59

Sumber : www.e-bursa.com/ diakses tanggal 21 Mei 2011

Dari Tabel 1.1 terlihat bahwa perusahaan yang melakukan penawaran saham perdana (IPO) pada tahun 2005-2009 secara keseluruhan mengalami *underpricing*. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah perusahaan yang mengalami *underpricing* dari tahun 2005-2009. Jumlah emiten yang melakukan IPO pada tahun 2005 yaitu sebanyak 8 perusahaan, sedangkan 7 perusahaan mengalami *underpricing*. Begitu juga pada tahun 2006, jumlah emiten yang melakukan IPO sebanyak 12 perusahaan dan semuanya mengalami *underpricing*.

Penelitian terhadap fenomena *underpricing* pada penawaran saham perdana (IPO) sudah banyak dilakukan. Beberapa penelitian tersebut menunjukkan hasil fenomena *underpricing* pada IPO. Akan tetapi faktor yang mempengaruhinya masih belum diketahui dengan pasti karena hasil penelitian yang sudah dilakukan terjadi ketidak konsistenan.

Untuk menciptakan harga saham yang ideal, terlebih dahulu perlu dipelajari faktor-faktor yang mempengaruhi gejala *underpricing*. Dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi gejala *underpricing* akan dapat menghindarkan perusahaan yang akan *go public* terhadap kerugian karena *underestimate* atas nilai pasar sahamnya, sedangkan bagi investor adalah sebaliknya. Dalam penelitian ini, beberapa faktor yang dapat dihubungkan dengan tingkat *underpricing* adalah ukuran perusahaan, *return on asset*, leverage, reputasi auditor, reputasi *underwriter*, dan persentase saham yang ditawarkan.

Ukuran perusahaan dijadikan proksi ketidak pastian, karena perusahaan yang berskala besar umumnya lebih dikenal oleh masyarakat dibandingkan dengan perusahaan yang berskala kecil. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat

ditentukan oleh beberapa hal diantaranya total aktiva, total penjualan, dan rata-rata tingkat penjualan perusahaan. Jika perusahaan mempunyai total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif.

Return on Asset merupakan ukuran dari profitabilitas perusahaan. Profitabilitas perusahaan harus memberikan informasi kepada pihak luar mengenai efektifitas operasional perusahaan, hal ini lah yang dijadikan pertimbangan memasukkan informasi ini sebagai faktor yang mempengaruhi *underpricing*. Kemampuan perusahaan menghasilkan laba di masa yang akan datang ditunjukkan dengan profitabilitas yang tinggi dan laba merupakan informasi yang penting bagi investor sebagai pertimbangan dalam menanamkan modalnya. Profitabilitas perusahaan yang tinggi akan mengurangi ketidakpastian bagi investor sehingga menurunkan tingkat *underpricing* (Kim et.al dikutip dalam Misnen,2004)

Financial leverage merupakan rasio yang mengukur seberapa besar dana yang diperoleh dari hutang digunakan oleh perusahaan atau seberapa banyak aset perusahaan yang dibelanjai dengan hutang. *Financial leverage* menggambarkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutangnya dengan menggunakan ekuitas yang dimilikinya. *Financial leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari resiko yang melekat pada suatu perusahaan. Tingkat kewajiban yang tinggi menjadikan pihak manajemen perusahaan menjadi lebih sulit dalam memprediksi jalannya perusahaan ke depan. Dalam melakukan keputusan investasi, para

investor tentunya akan mempertimbangkan informasi mengenai *financial leverage*.

Laporan keuangan merupakan salah satu sumber informasi yang digunakan oleh investor dan *underwriter* untuk menilai perusahaan yang akan *go public*. Agar laporan keuangan dapat dipercaya maka laporan keuangan harus diaudit. Salah satu persyaratan dalam proses *go public* adalah laporan keuangan harus diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP). Laporan keuangan yang telah diaudit akan memberikan tingkat kepercayaan yang lebih besar kepada para penggunanya.

Underwriter sebagai pihak luar yang menjembatani kepentingan emiten dan investor diduga berpengaruh terhadap tinggi rendahnya tingkat *underpricing* (Balvers, 1989). Penjamin emisi (*underwriter*) dapat berupa perusahaan swasta atau BUMN yang menjadi penanggung jawab atas terjualnya efek emiten kepada investor. *Underwriter* memperoleh komisi berdasarkan persentase dari nilai saham yang terjual. *Underwriter* dinilai oleh investor berdasarkan kemampuannya untuk memberikan penawaran dengan *initial return* yang tinggi bagi para investor. Apabila *underwriter* gagal, maka akan mempengaruhi reputasinya di mata investor, sehingga dapat menghambat perusahaan penjamin emisi untuk memperoleh transaksi potensial di masa depan. Namun *underwriter* juga tidak dapat menentukan harga perdana yang terlalu *underprice* dikarenakan emiten menginginkan dana hasil penawaran perdana yang besar dan *underpricing* merupakan biaya yang harus ditanggung oleh emiten.

Persentase saham yang ditawarkan dapat digunakan sebagai proxy terhadap faktor ketidakpastian *return* saham yang akan diterima oleh *investor* dan calon *investor*. Informasi tingkat kepemilikan saham oleh *entrepreneur* akan digunakan oleh investor sebagai tanda bahwa prospek perusahaannya baik. Semakin besar tingkat kepemilikan yang ditahan (atau semakin kecil persentase saham yang ditawarkan) akan memperkecil ketidakpastian di masa mendatang.

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian yang berjudul : **Pengaruh Informasi Keuangan dan Informasi non Keuangan Terhadap *Underpricing* Pada Perusahaan yang Melakukan IPO di BEI tahun 2005-2009.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dibahas oleh peneliti adalah:

1. Bagaimana pengaruh ROA terhadap *underpricing*?
2. Bagaimana pengaruh leverage terhadap *underpricing*?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap *underpricing*?
4. Bagaimana pengaruh reputasi auditor terhadap *underpricing*?
5. Bagaimana pengaruh reputasi underwriter terhadap *underpricing*?
6. Bagaimana pengaruh persentase saham yang ditawarkan ke publik terhadap *underpricing*?

7. Bagaimana pengaruh ROA, leverage, ukuran perusahaan, reputasi auditor, reputasi underwriter, dan persentase jumlah saham yang ditawarkan ke publik terhadap *underpricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh ROA terhadap tingkat *underpricing*
2. Untuk mengetahui pengaruh leverage terhadap tingkat *underpricing*
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap tingkat *underpricing*
4. Untuk mengetahui pengaruh reputasi auditor terhadap tingkat *underpricing*
5. Untuk mengetahui pengaruh reputasi underwriter terhadap tingkat *underpricing*
6. Untuk mengetahui pengaruh persentase jumlah saham yang ditawarkan ke publik terhadap tingkat *underpricing*
7. Untuk mengetahui pengaruh ROA, leverage, ukuran perusahaan, reputasi auditor, reputasi underwriter dan persentase jumlah saham yang ditawarkan ke publik terhadap *underpricing*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian mengenai pengaruh informasi keuangan (ROA, leverage, ukuran perusahaan) dan informasi non keuangan (reputasi auditor, reputasi *underwriter*, persentase saham yang ditawarkan) terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di BEI memiliki beberapa manfaat bagi pihak yang berkepentingan yaitu:

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh informasi keuangan dan non keuangan terhadap *underpricing*

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Emiten

Dari hasil penelitian ini diharapkan emiten mendapatkan pengetahuan dan informasi yang bermanfaat untuk menentuka harga yang tepat dalam penawaran saham perdana

- b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang tepat bagi investor untuk mengambil keputusan berinvestasi di saham perdana