

# BAB I

## PENDAHULUAN

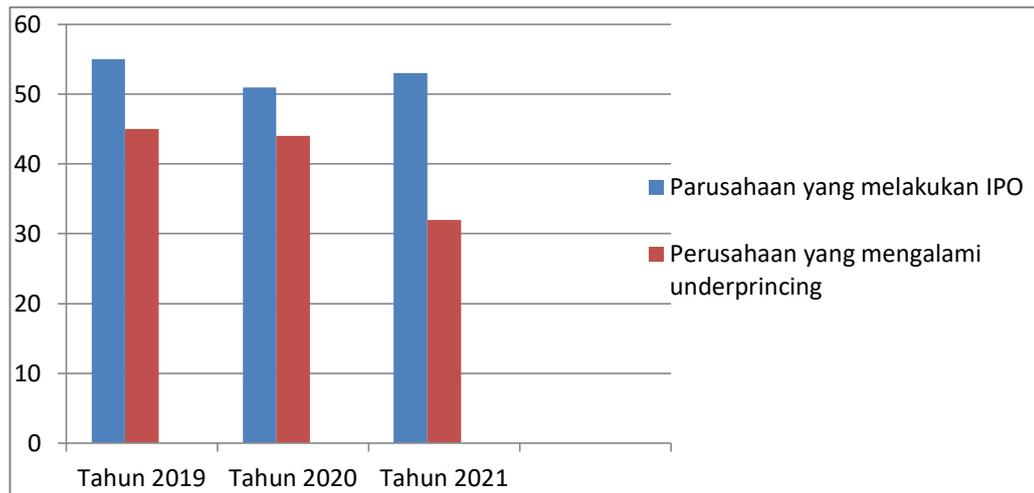
### 1.1. Latar Belakang

Seiring perkembangan perekonomian di Indonesia, suatu perusahaan memerlukan dana yang tidak sedikit untuk keperluan operasional dan pengembangan perusahaan. Perusahaan mempunyai berbagai macam alternatif sumber pendanaan yang berasal dari dalam dan juga dari luar perusahaan. Selain bersumber dari laba dan aktivitas *operasional*, perusahaan juga mempunyai strategi lainnya untuk memperoleh sumber pendanaan dengan melakukan proses *go public* berupa memperdagangkan saham dengan cara mendaftarkan diri di Bursa Efek Indonesia (Darmadji, T. & Fakhruddin, 2012).

Saat melakukan *go public*, Bursa Efek Indonesia memiliki peran penting, sebagai lembaga yang melakukan atau menyediakan fasilitas sistem (pasar) untuk mempertemukan penawaran jual beli efek. Secara umum Bursa Efek Indonesia merupakan tempat/pasar untuk memperdagangkan efek ataupun surat berharga jangka panjang. Dalam proses *go public*, sebelum diperdagangkan di pasar sekunder, saham terlebih dahulu dijual di pasar primer atau sering disebut pasar perdana. Penawaran saham secara perdana ke *public*, melalui pasar perdana ini dikenal dengan istilah *Initial Public Offering (IPO)*. Harga saham pada pasar perdana ditentukan oleh kesepakatan antara *emiten* (perusahaan penerbit) dengan *underwriter* (penjamin emisi), (Mezhoud & Boubaker, 2011) sedangkan harga di pasar sekunder ditentukan oleh mekanisme pasar yaitu penawaran dan permintaan.

*Underwriter* adalah pihak yang menjamin emisi untuk suatu perusahaan yang akan memperdagangkan sahamnya pada pasar modal (Fahmi, 2012). Ketika melakukan IPO, perusahaan mendelegasikan kepada penjamin emisi (*underwriter*). *Underwriter* menjadi pihak yang menengahi kepentingan emiten dan investor. *Underwriter* adalah lembaga yang menjamin terjualnya saham/obligasi sampai batas waktu tertentu dan dapat memperoleh dana yang diinginkan emiten, Reputasi *underwriter* adalah prestasi yang selama ini dicapai oleh perusahaan sekuritas tersebut dalam melakukan penjualan saham emiten dipasar modal kepada investor (Sunariyah, 2011)

Fenomena umum yang sering terjadi pada saat IPO di pasar modal adalah fenomena *overpricing* dan *underpricing*. Apabila harga saham pada pasar perdana (IPO) lebih rendah dibandingkan dengan harga pada pasar sekunder di hari pertama maka disebut dengan *underpricing*. Dan apabila harga saham pada saat IPO lebih tinggi dibandingkan dengan harga saham pada pasar sekunder dihari pertama maka fenomena itu disebut *overpricing* (Reiche, 2014). Namun perusahaan lebih sering mengalami *underpricing* meski merugikan karena untuk mendapatkan suntikan modal yang maksimal dari para investor, hal ini tetap dilakukan perusahaan. Diduga Salah satu faktor terjadinya *underpricing* pada perusahaan IPO adalah reputasi *underwriter*. Berikut adalah data perusahaan yang melakukan IPO dan mengalami *underpricing*.



**Gambar 1.1. Perusahaan yang melakukan IPO dan mengalami Underpricing tahun 2019-2021**

*Sumber data diolah peneliti (2022)*

Jumlah perusahaan yang melakukan IPO pada tahun 2019-2021 sebanyak 159 dan mengalami *underpricing* 121 perusahaan. (Perusahaan yang melakukan IPO Tahun 2019 sebanyak 55 yang mengalami *underpricing* 45 perusahaan, tahun 2020 sebanyak 51 *underpricing* 44 dan tahun 2021 sebanyak 53 *underpricing* 32). Kondisi *underpricing* tidak menguntungkan bagi perusahaan yang melakukan *go public* karena dana yang diperoleh dari *go public* tidak maksimum. Tetapi di lain pihak *underpricing* menguntungkan para investor karena investor bisa menikmati retron dari pembelian saham yang dilakukannya (Aini, 2013).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Wicaksono, 2020), (Dinul Alfian Akbar & Fernando Africano, n.d.) menunjukkan bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh negatif terhadap tingkat *underpricing* saham. Hal ini berarti bahwa *underwriter* yang memiliki reputasi tinggi lebih berani memberikan harga tinggi sebagai konsekuensi dari kualitas penjaminannya, sehingga tingkat *underpricing* pun rendah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Saefudin, & Gunarsih, n.d.) memberikan hasil bahwa Reputasi *Underwriter* tidak berpengaruh signifikan

terhadap *Underpricing* Saham. Hal ini dikarenakan, untuk mengsucceskan proses IPO, perusahaan dan *underwriter* membuat perjanjian secara *full commitment*, di mana *underwriter* harus menjual penuh saham yang diperdagangkan oleh perusahaan. Jika masih ada saham yang tidak laku, *underwriter* diwajibkan untuk membeli saham tersebut. Untuk mencegah hal ini, pihak *underwriter* yang bereputasi tinggi atau rendah tentunya akan bernegosiasi dengan perusahaan untuk memberikan harga penawaran yang tidak terlalu tinggi. Namun, upaya ini dapat menimbulkan risiko tingginya tingkat *underpricing*.

Berdasarkan latar belakang diatas terjadi perbedaan hasil penelitian-penelitian sebelumnya, dan juga Fenomena banyaknya perusahaan yang melakukan IPO pada tahun 2019-2021 meningkat sbanyak 159 perusahaan dan yang mengalami *underpricing* sebanyak 121. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti apakah reputasi *underwriter* menjadi salah satu faktor terjadinya *underpricing* atau tidak. Dengan judul penelitian “**Pengaruh Reputasi Underwriter Terhadap Underpricing Saham Pada Saat IPO (studi empiris perusahaan yang melakukan initial public offering (IPO) dan mengalami underpricing di bursa efek indonesia periode tahun 2019 – 2021)**”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Reputasi *Underwriter* berpengaruh terhadap *underpricing*?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui apakah Reputasi *Underwriter*

berpengaruh terhadap *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan saham perdana di bursa efek Indonesia periode tahun 2019-2021.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

##### 1. Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang reputasi *underwriter* terhadap *underpricing* pada penawaran saham perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI).

- a) Bagi Perusahaan atau Emiten, Sebagai bahan pertimbangan bagi emiten dalam melakukan penawaran perdana di BEI untuk memperoleh harga yang baik sehingga mendapatkan dana yang maksimal untuk melakukan ekspansi bisnis.
- b) Bagi investor dan calon investor, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang tepat dalam menginvestasikan dana yang dimiliki dan melakukan transaksi saham di bursa efek.

##### 2. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebagai bukti empiris tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* dan memperkuat teori sebelumnya serta memberikan gambaran yang memadai untuk melanjutkan penelitian sejenis.