

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai keinginan untuk mengembangkan bidang kegiatannya agar lebih kompetitif dalam dunia bisnis. Perusahaan sangat bergantung pada ketersediaan sumber modal yang ada untuk menyelesaikan proses pengembangan. Alternatif bentuk pendanaan yang dilakukan melalui penerbitan saham kepada masyarakat dikenal dengan IPO (*Initial Public Offering*). Ada dua alternatif metode pembiayaan, yaitu menambah utang baru atau menjual saham baru (Alviani et al., 2015). Menurut (Djashan, 2018), seringkali ada perbedaan harga antara saham yang sama di pasar primer dan sekunder. Jika penentuan harga saham pada penawaran perdana jauh lebih rendah daripada harga pasar sekunder pada hari pertama, maka terjadi yang disebut dengan *underpricing*.

Kebutuhan akan tambahan modal semakin meningkat seiring dengan berkembangnya usaha. Keadaan tersebut memberikan dorongan bagi manajemen dalam memilih suatu alternatif pendanaan yang dapat digunakan. Perusahaan mempunyai beragam sumber pendanaan yang didapatkan dari internalnya yaitu akumulasi penyusutan aktiva tetap dan laba ditahan, ataupun dari eksternal perusahaan dengan cara meningkatkan kuantitas penyertaan modal melalui penerbitan saham baru. Alternatif pembiayaan dari luar perusahaan meliputi mekanisme penyertaan modal yang biasanya dilakukan melalui penjualan saham perusahaan kepada publik atau biasa disebut dengan IPO (Vonna & Nadia, 2019)

Ada banyak alasan mengapa perusahaan ingin mencatatkan sahamnya ke publik dan menjual sahamnya ke publik, antara lain untuk menambah modal perusahaan, mengembangkan operasi perusahaan, mempermudah akuisisi perusahaan lain dan menjadikan manajemen dan publik untuk memahami nilai perusahaan.

Terdapat beberapa alternatif sumber pendanaan bagi perusahaan yang berasal dari sisi internal atau eksternal perusahaan. Alternatif pendanaan dari sisi internal, biasanya menggunakan laba yang ditahan oleh perusahaan. Alternatif eksternal dapat berasal dari kreditor berupa hutang, pembiayaan bentuk lain atau dengan penerbitan surat-surat hutang, maupun pendanaan yang bersifat penyertaan dalam bentuk saham. Pendanaan melalui mekanisme penyertaan biasanya dilakukan dengan menjual saham yang dimiliki perusahaan kepada masyarakat atau sering dikenal dengan *go public*. Perusahaan yang memilih penggunaan dana melalui penerbitan saham, maka tahap pertama yang harus dilalui yaitu dengan menawarkan saham kepada masyarakat umum melalui pasar modal. Pasar modal adalah pasar bagi instrumen finansial misal obligasi dan saham jangka panjang (lebih dari satu tahun jatuh tempo). Terdapat dua macam pasar modal yaitu, pasar modal perdana dan pasar sekunder. Perusahaan dapat melaksanakan dengan menjual sahamnya pertama kali pada penawaran umum perdana atau *Initial Public Offering* (IPO) di pasar perdana.

Penawaran awal saham dikenal sebagai pasar perdana dan perdagangan setelah itu dikenal sebagai pasar sekunder. Di Indonesia terdapat Bursa Efek Indonesia atau *Indonesian Stock Exchange*. Bursa Efek Indonesia sangat penting,

karena dijadikan sebagai tempat investasi oleh masyarakat luas. Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah organisasi resmi pemerintah Indonesia yang bertanggung jawab untuk memfasilitasi semua kegiatan perdagangan saham perusahaan. Bursa saham memainkan peran penting dalam operasi pasar modal. Pada dasarnya, pasar saham adalah pasar. Namun, pasar saham ini melibatkan pembelian dan penjualan sekuritas dari perusahaan yang telah terdaftar di bursa efek. Bursa efek menunjukkan tempat yang digunakan untuk membeli dan menjual, sedangkan surat berharga menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1995 terkait dengan pasar modal adalah komoditas yang diperdagangkan di bidang jual beli. Surat berharga yang dimaksud meliputi saham dan obligasi.

Dalam penawaran umum perdana saham di pasar modal, salah satu masalah utama yang dihadapi perusahaan yaitu penetapan harga, dalam menentukan harga saham bukanlah hal yang mudah karena melibatkan kepentingan berbagai partisipan yang berbeda. Harga saham yang akan dijual di pasar primer biasanya ditentukan terlebih dahulu berdasarkan kesepakatan antara emiten dengan penjamin emisi. Seharusnya penjamin emisi menetapkan harga perdana yang cukup tinggi sehingga perusahaan dapat memperoleh tambahan dana yang memadai. Perusahaan yang melakukan IPO harus menyertakan prospektus untuk memuat jumlah saham yang akan diterbitkan dan juga masalah harga yang tidak bisa diubah selama proses penawaran saham. Informasi dalam prospektus harus dimiliki oleh berbagai pihak yang berkepentingan. Perusahaan yang melakukan IPO banyak yang mengalami *underpricing*, dalam mengantisipasi *underpricing* perusahaan sudah mengeluarkan prospektus.

Kenyataannya, pada saat penawaran perdana justru dijumpai *underpricing* di mana saham dijual dengan harga lebih rendah dari seharusnya. Kondisi *underpriced* yang tinggi itu sangat merugikan. *Underpricing* akan mengurangi jumlah modal yang akan didapatkan. *Underpriced* terjadi karena nilai saham yang ditentukan perusahaan lebih rendah dari kondisi yang sesungguhnya.

*Underpricing* membuat emiten tidak mungkin menyerap sepenuhnya modal publik dari hasil IPO. Fenomena *underpricing* sering terjadi dan mendominasi IPO di seluruh dunia. Namun, hingga saat ini penyebab *underpricing* tersebut belum dapat dianalisa secara pasti (Syofian & Sebrina, 2021). Fenomena *underpricing* terjadi ketika harga saham pada saat IPO di pasar perdana lebih rendah dari harga saham di pasar sekunder. Sebaliknya, *overpricing* saham terjadi ketika harga saham di pasar perdana lebih tinggi dari harga saham di pasar sekunder. *Underpricing* saham tidak akan menguntungkan bagi perusahaan yang mencatatkan saham ke publik karena hasil yang diperoleh tidak optimal. Sehingga, pemilik bisnis yang akan melakukan *go public* ingin meminimalkan penilaian yang lebih rendah (*underpricing*) (Lestari & Trihastuti, 2020).

(Widhiastina & Prihatni, 2016) menyatakan *underpricing* bisa terjadi karena calon penjamin emisi dan emitennya membuat kesempatan untuk memberikan penentuan harga awal saham, tetapi memiliki kepentingan yang berbeda. Kondisi *underpricing* membawa kerugian bagi perusahaan yang mencatatkan sahamnya ke publik, sebab dana yang didapatkan dari publik tidak maksimal.

**Tabel 1. 1 Fenomena *Underpricing* Periode 2018-2021**

| No | Tahun | Fenomena   |
|----|-------|--|
| 1. | 2018  | Terdapat 53 perusahaan yang mengalami <i>underpricing</i> dengan persentase sebesar 96,36% |
| 2. | 2019  | Terdapat 52 perusahaan yang mengalami <i>underpricing</i> dengan persentase sebesar 94,54% |
| 3. | 2020  | Terdapat 51 perusahaan yang mengalami <i>underpricing</i> dengan persentase sebesar 100%   |
| 4. | 2021  | Terdapat 45 perusahaan yang mengalami <i>underpricing</i> dengan persentase sebesar 84,91% |

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa *underpricing* terjadi hampir di seluruh perusahaan yang IPO di BEI. *Underpricing* paling tinggi terjadi di tahun 2020 sebesar 100% dimana di tahun selanjutnya menurun yaitu pada tahun 2021 sebesar 84,91%, *underpricing* pada setiap tahunnya memiliki nilai rata-rata yang berbeda-beda. Hal ini menjelaskan bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia yang melakukan penawaran perdana tahun 2018-2021 mengalami *underpricing*.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, peneliti telah menemukan banyak faktor yang dapat mempengaruhi *underpricing*. Tetapi dalam pengujian, penelitian selalu menghasilkan data yang berbeda-beda atau tidak konsisten. Ada banyak perbedaan hasil yang ditemukan dari peneliti yang satu dengan yang lainnya. Banyak faktor yang bisa memberikan pengaruh *underpricing*. Banyak faktor dari internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi *underpricing*. Penelitian ini membahas mengenai beragam faktor yang bisa memberikan

pengaruh pada *underpricing* yaitu *media coverage*, reputasi auditor, dan *return on asset*.

Faktor pertama yang mempengaruhi *underpricing* adalah *media coverage*. (Islah & Adrianto, 2021) mengemukakan aliran informasi merupakan faktor utama dalam memberikan penetapan harga saham. Harga saham dilandaskan pada proyeksi kinerja masa mendatang, dan proyeksi yang optimal membutuhkan informasi yang komprehensif tentang perusahaan, industri, dan perekonomian pada umumnya. Akses data keuangan perusahaan bisa didapatkan oleh investor dari beragam sumber mulai dari laporan keuangan, investor dapat memperolehnya melalui beberapa sumber seperti laporan langsung perusahaan, website, database, dan media. Pasar yang matang menjadikan investor bisa mendapatkan data mengenai sejumlah database yang memberikan data publik dan pribadi. Keadaan bisa sangat berbeda bagi investor di pasar modal yang sedang berkembang. Kredibilitas media menjadi faktor utama yang memberikan pengaruh mengenai cara investor memberikan tafsiran pada bukti media sebagai bentuk dokumen yang kredibel. Biasanya, liputan media tidak bisa secara terbuka positif atau negatif, media dapat mempunyai data yang tidak pasti atau netral dalam konteks IPO.

Laporan media menjadi sumber sinyal yang menjelaskan bahwa perusahaan yang baru mendaftarkan diri di IPO memberikan pengaruh pada reaksi investor terhadap keputusan yang diambilnya. Media akan memiliki peran sebagai analisa karena kecenderungannya dalam memberikan saran atau rekomendasi dengan menampilkan informasi yang relevan dengan bisnis. Media ataupun analis

menginginkan untuk meliput perusahaan dengan kebutuhan pelaporan seperti (wartawan ingin menulis tentang perusahaan yang “dapat dipercaya”). Melalui keadaan ini media bisa menginformasikan mengenai data yang dibutuhkan kepada investor untuk meminimalisir hambatan investor dalam melakukan akses data dimana keberadaan media menjadi kunci utama dalam pasar modal dunia.

Liputan media memberikan pengaruh pada kepercayaan investor dalam memilih perusahaan manakah yang akan diinvestasikan, baik itu berita positif atau bahkan berita negatif. Hasil penelitian dari (Islah & Adrianto, 2021) menyatakan bahwa *media coverage* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

Faktor kedua yang mempengaruhi *underpricing* yaitu reputasi auditor. Auditor yaitu pihak independen yang menjamin kebenaran dan independensi dalam melakukan audit pada laporan keuangan dan beropini publik atas laporan yang dianalisa. Auditor menyaring atau menghalangi upaya emiten untuk melakukan penipuan dengan membuat informasi tentang perusahaan tersedia untuk publik. Auditor juga dapat mempengaruhi tingkat *underpricing*. Reputasi auditor menunjukkan kualitas dan profesionalisme dari auditor yang mengaudit laporan keuangan perusahaan. Penggunaan firma audit yang bereputasi baik dapat mengurangi kemungkinan emiten melakukan kecurangan dengan menyajikan informasi yang tidak akurat atau tepat ke pasar. Auditor adalah pihak yang menilai layak tidaknya suatu laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan. Auditor berperan penting untuk meyakinkan publik mengenai laporan keuangan bebas dari *miss* penyajian data.



Perusahaan dengan auditor bereputasi baik dapat membuat publik merasa yakin atas kebenaran laporan keuangan perusahaan, sehingga informasi akuntansi yang dibutuhkan publik untuk menilai perusahaan dinilai lebih terpercaya, maka tingkat *underpricing* dapat lebih diminimalisir. Reputasi auditor juga diyakini dapat mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan untuk membeli saham di pasar perdana. Menggunakan jasa firma audit yang bereputasi baik dapat memberikan sinyal positif kepada calon investor, karena laporan keuangan yang diaudit oleh auditor yang terpercaya akan menunjukkan kinerja perusahaan, operasional yang baik sehingga investor dapat yakin untuk menginvestasikan modalnya. Perusahaan yang lebih tua dianggap lebih berpengalaman daripada *startup*. Semakin berpengalaman perusahaan maka semakin besar kepercayaan investor ketika berinvestasi di perusahaan tersebut. Kepercayaan investor menunjukkan rendahnya tingkat ketidakpastian dalam bisnis. Semakin rendah ketidakpastian, semakin rendah penilaian yang rendah. Hasil penelitian dari (Syofian & Sebrina, 2021) menyatakan bahwa reputasi auditor tidak berpengaruh. Sedangkan (Asrifin & Agustina, 2021) menyatakan bahwa reputasi auditor berpengaruh terhadap *underpricing*.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi *underpricing* adalah *return on asset* (ROA). ROA merupakan ukuran profitabilitas yang memberikan informasi tentang efisiensi kegiatan perusahaan dalam menggunakan asset yang dimiliki dalam menghasilkan keuntungan. Tingginya ROA menunjukkan bahwasanya perusahaan memiliki kondisi keuangan yang baik dan bisa memunculkan keyakinan dalam diri investor bahwasanya return pasar saham di masa mendatang



cukup besar (Gunawan & Laturette, 2021). ROA yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik dalam menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi ROA maka semakin tertarik masyarakat terhadap perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi ROA, semakin rendah *underpricing*.

*Return On Asset* (ROA) merupakan rasio penting yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio ini dapat menjadi pertimbangan bagi investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan karena jika rasio ROA tinggi maka risiko yang dihadapi investor akan rendah. Penelitian yang dilakukan oleh (Lestari & Trihastuti, 2020) menyatakan ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Sedangkan pada penelitian (Ramadana, 2018) menyatakan bahwa ROA berpengaruh negatif terhadap *underpricing*.

Penelitian mengenai *underpricing* sudah banyak dilakukan tetapi nyatanya tidak memiliki konsistensi hasil sehingga masih harus diteliti ulang. Pada penelitian ini replika dari penelitian terdahulu yaitu (Islah & Adrianto, 2021). Nilai yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu milik (Islah & Adrianto, 2021) yaitu menambah 2 variabel independen yaitu reputasi auditor dan *return on asset*. Perbedaan selanjutnya ada pada periode penelitian yang digunakan yaitu periode 2018 sampai 2021, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Islah & Adrianto, 2021) menggunakan periode 2012 sampai 2017.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, maka penelitian ini mengambil judul **“PENGARUH MEDIA COVERAGE, REPUTASI**

## **AUDITOR, RETURN ON ASSET (ROA) TERHADAP UNDERPRICING INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) DI BURSA EFEK INDONESIA”.**

### **1.2 Ruang Lingkup**

Penelitian ini membatasi ruang lingkup penelitiannya supaya analisa yang dijalankan tidak merambah dari arah penelitian yang telah ditetapkan. Ruang lingkup penelitian ini yaitu:

- a. Populasi yang diteliti perusahaan yang IPO di Bursa Efek Indonesia
- b. Objek penelitian yaitu perusahaan yang mengalami *underpricing* pada saat *Initial Public Offering (IPO)*.
- c. Periode penelitian yaitu dari periode 2018-2021.
- d. Variabel independen yaitu *media coverage*, reputasi auditor, dan *return on asset*.
- e. Variabel dependen yaitu *Underpricing Initial Public Offering*.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Masalah yang dihadapi perusahaan dalam *go public* adalah *underpricing*, dimana nilai saham pada penawaran perdana lebih rendah dengan pasar sekunder. Di Indonesia perusahaan yang mengalami *underpricing* tergolong tinggi dimana hasil rata-rata perusahaan yang mengalami *underpricing* lebih dari 50%. Hal tersebut dapat mengakibatkan perusahaan akan rugi saat *underpricing* terjadi dimana terdapat ketidakmaksimalan dana yang didapatkan ketika penawaran saham di pasar perdana. Untuk itu diperlukan penelitian agar dapat melihat apakah *underpricing* dapat diminimalisir di dalam perusahaan yang mengalami *go*

*public*. Faktor yang mempengaruhi *underpricing* yaitu *media coverage*, reputasi auditor, dan *return on asset*.

Berdasarkan masalah yang dijelaskan di atas, maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah *media coverage* berpengaruh terhadap *underpricing initial public offering*?
2. Apakah reputasi auditor berpengaruh terhadap *underpricing initial public offering*?
3. Apakah *return on asset* berpengaruh terhadap *underpricing initial public offering*?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *media coverage* terhadap *underpricing initial public offering*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh reputasi auditor terhadap *underpricing initial public offering*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *return on asset* terhadap *initial public offering*.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti, investor, emiten, maupun pihak lain.

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan manfaat yang luas sehingga dapat memperdalam pengetahuan di bidang pasar modal khususnya *underpricing*.

2. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan mampu membantu para investor untuk mengambil keputusan dalam melakukan investasi.

3. Bagi Emiten

Penelitian ini diharapkan dapat membantu para manajer agar lebih memahami *underpricing* dalam ilmu pasar modal supaya perusahaan dalam melakukan *go public* tidak terkendala dan tidak menimbulkan dampak yang buruk.

4. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan dalam penerapan ilmu akuntansi dan memberikan pengetahuan mengenai *underpricing*.