

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

*Underpricing* saham merupakan suatu kondisi dimana harga jual saham di pasar primer lebih rendah dibandingkan dengan harga saham yang ada pada pasar sekunder. Akan tetapi setiap perusahaan ingin memperluas dan mengembangkan perusahaan guna untuk mencapai tujuan perusahaan. Di dalam pasar modal yang akan menjadi tempat untuk permintaan dan penawaran saham bagi perusahaan perusahaan yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan memasuki ruang lingkup global ini guna untuk mempertahankan usaha dalam dunia bisnis yang semakin meningkat. Syahwildan (2020) menyampaikan bahwa bila perusahaan terjadi *underpricing* saham perusahaan dan investor mendapatkan dampak yang ditimbulkan dari kondisi *underpricing* diantaranya perusahaan tidak mendapatkan dana yang maksimal, sedangkan jika terjadi kondisi *underpricing* saham, investor diuntungkan yang disebabkan adanya perbedaan nilai dipasar perdana saat terjadinya proses *Initial Public Offering* (IPO) dengan nilai jual yang berlangsung di pasar sekunder.

Penelitian Apriliani (2022) menyampaikan bahwa dalam kegiatan penawaran saham perdana atau IPO tidak lepas dari fenomena *overpricing* dan *underpricing*. Ketika harga saham saat melakukan IPO lebih besar daripada harga saham dipasar sekunder, dapat dikenal sebagai *overpricing*. *Overpricing* lebih menguntungkan perusahaan karena telah meningkatkan jumlah modal maksimum

dari penawaran umum perdana. Begitupun sebaliknya, terjadinya *overpricing* ini tidak menguntungkan bagi investor yang telah membeli saham pada saat IPO, karena harga jual di pasar sekunder lebih rendah karena kurangnya permintaan. Selanjutnya, ketika harga pada pasar perdana lebih rendah dibandingkan harga pada pasar sekunder, terjadilah *underpricing*. Saat terjadinya *underpricing* ini tidak menguntungkan bagi perusahaan, tetapi menguntungkan bagi investor.

Fenomena *underpricing* merupakan fenomena yang umum terjadi di pasar modal di dunia, termasuk Indonesia. Tabel 1.1 memperlihatkan fenomena *underpricing* yang terjadi di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 - 2022

**Tabel 1. 1**  
**Fenomena *underpricing* saham tahun 2019 - 2022**

<b>Tahun</b>	<b>Melakukan IPO</b>	<b><i>Underpricing</i></b>
2019	55 Perusahaan	34 Perusahaan
2020	51 Perusahaan	50 Perusahaan
2021	53 Perusahaan	45 Perusahaan
2022	59 Perusahaan	48 Perusahaan
	<b>216 Perusahaan</b>	<b>177 Perusahaan</b>

Sumber: IDX, data diolah peneliti tahun 2024

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa sepanjang tahun 2019 - 2022, terdapat 216 perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia. Dari data diatas dilihat perusahaan yang melakukan IPO dari 2018 ke 2020 menurun, sedangkan di tahun 2021 hingga tahun 2022 terdapat penambahan. Kemudian dari 216 perusahaan yang melakukan IPO, terdapat 177 perusahaan yang terjadi *underpricing* pada tahun 2019 - 2022. Dengan naiknya perusahaan yang melakukan IPO, perusahaan yang terjadi *underpricing* juga akan meningkat.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *underpricing* saham, seperti *Financial Leverage*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Reputasi

*Underwriter*, dan Umur Perusahaan. Berikut adalah penjelasan dari faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* dalam penelitian terdahulu.

*Financial leverage* adalah faktor yang dapat mempengaruhi *underpricing* saham. Raniry (2020) mengemukakan bahwa semakin tinggi *financial leverage* perusahaan maka akan menunjukkan semakin tinggi risiko suatu perusahaan. Menurut Apriliani (2022) mengemukakan *financial leverage* mengacu pada kemampuan perusahaan dalam membayar utang saat ini dengan modalnya untuk memenuhi kewajiban perusahaan tersebut. Menurut Evtasari (2020) mengemukakan bahwa *financial leverage* adalah rasio pengukuran yang dapat memberikan analisa kemampuan perusahaan dalam membayar utang dan mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Menurut penelitian Gunarsih (2014), Raniry (2020), Agustina (2021), Sartika (2022) menyatakan bahwa *financial leverage* berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham. Sedangkan penelitian menurut Saputra (2016), Hadi (2019) menyatakan bahwa *financial leverage* berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham. Tingginya *financial leverage*, perusahaan akan semakin sulit dalam mencari keuntungan dan semakin besar pula utang yang ditanggung oleh perusahaan, baik beban tetap maupun beban bunganya.

Ukuran perusahaan juga merupakan faktor yang mempengaruhi *underpricing* saham. Menurut Budi (2019) ukuran perusahaan merupakan nilai dimana perusahaan dapat diklasifikasikan besar kecilnya berdasarkan dengan nilai total aset, nilai saham dan sebagainya. Permadi (2022) mengemukakan bahwa perusahaan yang berskala besar umumnya lebih mudah bagi masyarakat untuk memperoleh informasi daripada perusahaan yang berskala kecil sehingga

ketidakpastian terhadap nilai perusahaan menjadi berkurang yang akan membuat tingkat *underpricing* pun akan semakin rendah. Menurut penelitian dari Syahwilda (2020), Permadi (2022), Kartika (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham. Menurut penelitian Hadi (2019), Hadi (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham. Besarnya presentase saham yang ditawarkan saat IPO dapat berpengaruh terhadap ketidakpastian perusahaan dimasa depan, sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi besarnya tingkat *underpricing* saham.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi *underpricing* adalah kepemilikan institusional. Menurut Apriliani (2022) mengemukakan bahwa kepemilikan institusional memungkinkan pihak luar melakukan pengawasan dan *controlling* yang lebih besar terhadap perusahaan, sehingga jenis kepemilikan ini memiliki dampak yang signifikan terhadap pengawasan manajemen. Untuk bank, perusahaan asuransi dan lembaga keuangan lainnya termasuk ke dalam kelompok kepemilikan institusional. Institusi memiliki saham melalui kepemilikan institusional. Menurut penelitian Hanafi (2018) dan Heriyanto (2023) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham. Adanya keterlibatan institusi dengan perusahaan dapat meminimalisir terjadinya *underpricing* saham.

Reputasi *underwriter* juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi *underpricing* saham. Wisudewi (2022) mengemukakan tingginya reputasi *underwriter* dapat menjadi sinyal positif dalam hal asumsi pasar bahwa saham yang dijual oleh *underwriter* yang bereputasi tinggi adalah saham yang berkualitas

sehingga dapat meningkatkan harga saham di pasar sekunder yang akhirnya akan berpengaruh pada tingginya tingkat *underpricing*. Menurut Raniry (2020) Penjamin emisi atau *underwriter* adalah suatu pihak yang bekerja sama dengan perusahaan untuk melakukan IPO, dengan syarat-syarat tertentu seperti membeli atau tanpa membeli efek yang tersisa demi kepentingan perusahaan. Menurut Hadi (2022) mengemukakan bahwa *underwriter* merupakan pihak yang akan melakukan pembuatan kontrak dengan emiten yang kemudian diproses dan diterbitkan saham perdana suatu perusahaan dengan pemberian catatan khusus selanjutnya dibebankan dengan membeli saham baik yang tak laku terjual ataupun tidak melakukan pembebanan terhadap kewajiban. Menurut penelitian dari Sartika (2022), Budi (2019), Ariyani (2019) dan Hadi (2022) menyatakan bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham. Sedangkan menurut Putra (2020) menyatakan bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham. Reputasi *underwriter* dapat menjadi pertimbangan bagi investor untuk membeli saham suatu perusahaan.

Faktor yang kelima adalah umur perusahaan yang dapat mempengaruhi *underpricing* saham. Menurut Permadi (2022) mengemukakan bahwa umur perusahaan adalah informasi non akuntansi yang bisa dilihat oleh masyarakat maupun investor. Semakin lama perusahaan itu berdiri biasanya memiliki informasi dan strategi untuk bertahan di masa depan yang matang dan sudah terstruktur. Menurut Budi (2019) mengemukakan bahwa perusahaan yang beroperasi lebih lama mempunyai kemampuan yang besar untuk menyediakan informasi perusahaan dibandingkan perusahaan yang baru saja berdiri. Semakin lama umur perusahaan,

semakin banyak informasi yang diperoleh masyarakat mengenai perusahaan tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa semakin besar perusahaan akan semakin kecil terjadinya *underpricing*, begitupun sebaliknya semakin kecil atau perusahaan baru akan lebih tinggi kemungkinan terjadinya *underpricing* saham. Menurut penelitian Kartika (2023) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham. Agustina (2021), Hadi (2019) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap *underpricing*. Investor akan lebih mudah mencari informasi perusahaan yang lama berdiri, sehingga dapat mengurangi asimetri informasi perusahaan dan dapat mengurangi tingkat *underpricing* saham.

Hasil penelitian-penelitian sebelumnya dapat dilihat bahwa memiliki perbedaan antar penelitian. Dari perbedaan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti kembali dengan mengambil beberapa variabel dari penelitian sebelumnya dan termotivasi untuk menuntaskan permasalahan dari penelitian ini. Pada penelitian sebelumnya dari penelitian Apriliani (2022) penulis menambahkan variabel reputasi *underwriter* dan umur perusahaan. Penambahan kedua variabel tersebut berdasarkan penelitian dari Solida (2020). Perbedaan yang kedua adalah tahun penelitian, dalam penelitian ini menggunakan periode 2019 - 2022. Selain itu, penelitian ini menggunakan objek perusahaan yang melakukan IPO.

Berdasarkan faktor-faktor yang dikemukakan, terdapat perbedaan antara hasil penelitian para peneliti terdahulu. Maka berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh *Financial Leverage*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Reputasi**

## ***Underwriter*, dan Umur Perusahaan Terhadap *Underpricing* Saham pada Perusahaan yang Melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 - 2022”**

### **1.2 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup mengenai penelitian ini meliputi :

- a. Variabel dependen yang diteliti adalah *underpricing* saham, sedangkan variabel independen yang diteliti adalah *financial leverage*, ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, reputasi *underwriter*, dan umur perusahaan.
- b. Objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan di Bursa Efek Indonesia yang melakukan IPO pada tahun 2019 – 2022.
- c. Perusahaan harus yang mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) pada tahun 2019 – 2022.

### **1.3 Perumusan Masalah**

*Underpricing* dapat terjadi apabila harga saham dipasar primer atau saat melakukan IPO lebih rendah dibandingkan harga saham penutupan hari pertama dipasar sekunder. Sebagian besar perusahaan menggunakan nilai nominal yang relatif rendah dengan pertimbangan harga saham saat IPO ini, guna untuk menjangkau investor retail turut berpartisipasi dalam pelaksanaan IPO. Adanya fluktuasi perusahaan yang melakukan IPO pada tahun 2019 – 2022 yang terjadi *underpricing* masih tergolong tinggi, sehingga masih perlu diatasi. Berdasarkan penjelasan dan pemaparan yang dijelaskan sebelumnya, maka dari itu perumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah *financial leverage* berpengaruh terhadap *underpricing* saham?
- b. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* saham?

- c. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh terhadap *underpricing* saham?
- d. Apakah reputasi *underwriter* berpengaruh terhadap *underpricing* saham?
- e. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* saham?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah tersebut, terdapat tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menguji dan menganalisis pengaruh *financial leverage* terhadap *underpricing* saham.
- b. Menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap *underpricing* saham.
- c. Menguji dan menganalisis pengaruh kepemilikan institusional terhadap *underpricing* saham.
- d. Menguji dan menganalisis pengaruh reputasi *underwriter* terhadap *underpricing* saham
- e. Menguji dan menganalisis pengaruh umur perusahaan terhadap *underpricing* saham.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka terdapat kegunaan penelitian dari berbagai kalangan diantaranya sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti adalah untuk memberikan pengalaman dan menambah wawasan, menjadi rujukan informasi bagi peneliti lain maupun

selanjutnya, sehingga dapat memberikan referensi tentang penelitian yang sesuai.

b. Bagi Praktisi

Selain peneliti, penelitian ini juga berguna untuk praktisi. Diantaranya dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan tentang penelitian yang sesuai.

c. Bagi Akademisi

Selanjutnya kegunaan penelitian bagi akademisi seperti peneliti selanjutnya. Diantaranya dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai faktor-faktor dari penelitian yang sesuai.