

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perubahan kondisi perekonomian saat ini yang semakin pesat, perusahaan dituntut untuk mampu mempertahankan kelangsungan hidup (*going concern*) dengan memperluas bisnisnya. Perluasan bisnis perusahaan yaitu dengan melakukan ekspansi. Dalam proses menjalankan ekspansi tentunya perusahaan membutuhkan dana yang relatif besar sehingga usaha tersebut dapat berjalan sesuai dengan rencana. Pencairan pendanaan dapat dicapai dengan berbagai cara, yang pertama melakukan pinjaman melalui bank atau lembaga keuangan lainnya dan cara kedua adalah menawarkan saham kepada masyarakat dengan melakukan IPO (*Initial Public Offering*).

*Initial Public Offering* (IPO) atau penawaran umum perdana merupakan kegiatan perusahaan di pasar modal ketika menjual sahamnya kepada investor yang baru pertama kali terjadi di pasar perdana. Penawaran umum perdana ini menjadi sarana pembiayaan yang penting bagi perusahaan di seluruh dunia. Penerbitan saham perusahaan memiliki banyak keuntungannya, perusahaan dapat meningkatkan jumlah ekuitas yang lebih besar, juga membuat saham lebih likuiditas saat mencapai transaksi yang tinggi melalui perdagangan di pasar modal dan saham yang tercatat dapat digunakan untuk transaksi merger dan akuisisi. Menurut Samsul (2006), pasar modal adalah tempat atau sarana bertemunya antara permintaan dan penawaran atas instrumen keuangan jangka

panjang, umumnya lebih dari 1 (satu) tahun. Penawaran perdana umum (IPO) yang dilakukan perusahaan di pasar modal disebut *go public*.

Dalam proses *go public*, sebelum saham diperdagangkan di pasar sekunder (Bursa Efek Indonesia) saham akan ditawarkan terlebih dahulu di pasar perdana, penetapan harga saham dilakukan atas dasar komitmen dari emiten dan penjamin emisi yang ditunjuk perusahaan itu sendiri. Tidak adanya harga pasar sebelumnya yang dapat diamati untuk digunakan sebagai pengaturan penawaran membuat penetapan harga saham pada awal IPO menjadi sulit. Kesalahan dalam penetapan harga dapat menyebabkan kegagalan dalam penawaran harga saham. Jika harga ditetapkan terlalu tinggi, maka kemungkinan saham tidak akan laku. Sebaliknya jika harga saham yang ditetapkan terlalu murah, maka saham tersebut akan mudah dijual tetapi dana yang diperoleh perusahaan akan lebih sedikit.

Terbentuknya harga saham di pasar perdana berdasarkan hasil negosiasi antara emiten dan penjamin emisi, sedangkan harga saham di pasar sekunder ditentukan melalui mekanisme penawaran dan permintaan. Dari kedua mekanisme penetapan harga tersebut menyebabkan perbedaan harga saham, sehingga terjadi *underpricing* dan *overpricing*. Jika harga saham yang ditawarkan di pasar perdana (*primary market*) lebih rendah dibandingkan harga saham di pasar sekunder (*secondary market*) pada hari pertama, maka akan terjadi fenomena harga rendah pada saat penawaran perdana yang disebut *underpricing*, sedangkan keadaan sebaliknya disebut *overpricing*.

Kondisi *underpricing* merugikan untuk perusahaan yang melakukan *go public*, karena dana yang diperoleh perusahaan dari publik tidak maksimum (Mayasari, dkk., 2018). Kerugian yang dialami oleh perusahaan yaitu selisih positif harga saham yang telah ditawarkan di pasar perdana dengan harga saham di pasar sekunder. Namun hal tersebut menjadi strategi bagi perusahaan agar meningkatkan minat para investor karena akan memberikan keuntungan dari meningkatnya harga beli di pasar perdana dengan harga jual di pasar sekunder pada penawaran umum perdana yang istilahnya disebut *initial return*.

Fenomena *underpricing* juga disebabkan karena adanya asimetri informasi. Asimetri informasi ini terjadi ketika kelompok investor tidak memiliki informasi yang sama dengan kelompok investor lain. Hal ini terjadi karena salah satu kelompok investor memiliki banyak informasi tentang emiten yang prospek dan kelompok investor lainnya yang kurang memiliki informasi yang prospek mengenai perusahaan.

Sebelum perusahaan melakukan IPO, perusahaan berkewajiban untuk menerbitkan prospektus yang berisi informasi keuangan dan non keuangan mengenai nilai dan kondisi perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh investor untuk menilai, menentukan dan mengambil keputusan apakah perusahaan yang dimaksud adalah perusahaan yang layak dipilih untuk investasi dan sebaliknya. Prospektus tersebut harus mendapat persetujuan dari Badan Pengatur Bursa Efek Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Informasi tentang peningkatan pada profitabilitas dapat menjadi sinyal positif bagi investor, karena menunjukkan bahwa perusahaan

dapat memperoleh keuntungan di masa yang akan datang sehingga ada kepastian pengembalian yang diperoleh investor dan kemudian akan menurunkan *underpricing* (Santoso, 2013).

Laporan keuangan yang dapat diandalkan akan mampu dijadikan isyarat bagi para investor seperti bibit pertimbangan pada pengumpulan pernyataan ekonomi. Salah satu faktor yang berperan penting dari pandangan investor yaitu dengan menelusuri laporan keuangan hasil opini auditor dari laporan keuangan yang disusun oleh perusahaan. Berbagai macam tanggapan yang dikeluarkan oleh auditor akan memberi kesan yang berbeda-beda terhadap nilai perusahaan dimata para investor. Opini auditor akan dijadikan indikasi untuk perkiraan pada perusahaan. Kepatuhan terhadap Prinsip Akuntansi Berterima Upah (PABU) dari aspek keuangan mewujudkan salah satu aspek definisi susunan kelola perusahaan yang baik.

Akan tetapi, perhatian pada kepatuhan terhadap PABU yang dilakukan oleh perusahaan mempunyai tingkatan yang berbeda-beda sehingga menerbitkan kontradiksi pemberian tanggapan oleh auditor kepada perusahaan, sehingga akan berdampak pula terhadap perselisihan pikiran pemegang saham akan suatu perusahaan. Auditor yang disebut dengan profesi akuntan publik merupakan salah satu penunjang pasar modal. Menggunakan auditor profesional yang berafiliasi dengan “*The Big Four*” maka akan mempengaruhi informasi yang lebih akurat saat disampaikan kepada pasar terhadap perusahaan yang telah diaudit.

Maka dari itu, tingkat *underpricing* yang terjadi pada perusahaan berdasarkan dari reputasi auditor yang telah dipilih. Seorang auditor yang memiliki reputasi tinggi tentu akan memberikan kualitas yang tinggi pada hasil auditnya. Reputasi auditor sangat berpengaruh terhadap kredibilitas laporan keuangan perusahaan pada saat melakukan penawaran umum perdana dan kepercayaan investor tergantung dari hasil auditnya. Maka semakin tinggi reputasi seorang auditor diharapkan akan mengurangi tingkat *underpricing*. Berdasarkan penelitian dari Saifudin dan Rahmawati (2016) menyatakan bahwa variabel reputasi auditor berpengaruh signifikan, penelitian Aini (2013) berpengaruh signifikan negatif serta penelitian Nadia dan daud (2017) menunjukkan reputasi auditor secara parsial berpengaruh terhadap *underpricing*. Sebaliknya penelitian Pahlevi (2014) dan Isfaatun dan Hatta (2010) berpendapat jika reputasi auditor tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada penawaran saham perdana di BEI.

*Net profit margin* merupakan rasio yang membandingkan antara pendapatan dan penjualan pada perusahaan. Hal ini dapat menggambarkan bagaimana keadaan perusahaan dengan margin yang diperoleh. Sehat atau tidaknya perusahaan khususnya pada tingkat penjualan dengan memeriksa margin yang dihasilkan. Apabila margin yang dihasilkan oleh perusahaan tinggi, maka menunjukkan kestabilan dan mendapatkan keuntungan yang baik. Margin yang semakin tinggi akan menarik minat investor untuk melakukan investasi dan dengan demikian akan meningkatkan permintaan atas saham, sehingga hal tersebut dapat menurunkan tingkat *underpricing*. Penelitian Mayasari, dkk.,

(2018) dan Arfandy (2013) menunjukkan bahwa variabel *net profit margin* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*. Sedangkan penelitian yang dilakukan Pahlevi (2014) menyatakan *net profit margin* berpengaruh terhadap *underpricing*.

Pada umur perusahaan dapat menunjukkan informasi penting yang menjadi pertimbangan investor untuk mengambil keputusan yaitu dari berapa lama perusahaan tersebut mampu bertahan dan bersaing dengan perusahaan lainnya. Selama mendirikan perusahaan seberapa mampu pula mengambil peluang usaha yang ada dalam perekonomian. Perhitungan umur perusahaan yaitu sejak pertama kali didirikan. Perusahaan yang sudah lama beroperasi cenderung memberikan informasi yang lebih banyak dan lebih luas daripada perusahaan yang baru didirikan. Semakin lama perusahaan beroperasi, maka semakin meyakinkan investor untuk menanamkan modalnya. Hal ini dapat menekan tingkat *underpricing* yang terjadi. Penelitian Saifudin & Rahmawati (2016) dan Maygista, dkk. (2020) menunjukkan umur perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing*. Tetapi tidak sejalan dengan penelitian Aini (2013) dan Isfaatun dan Hatta (2010) menyatakan bahwa umur perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap *underpricing*.

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa hasil penelitian sebelumnya yang masih perlu dilakukan kajian kembali dengan periode yang berbeda, sehingga dapat terlihat tingkat *underpricing* yang terjadi. Adapun alasan memilih penelitian ini yaitu, karena pada tahun tersebut mengalami pandemi Covid-19 yang dapat mempengaruhi nilai penawaran

umum. Menurut Direktur Penilaian Perusahaan Sektor Jasa OJK Mauana, pandemi Covid-19 mempengaruhi perkembangan penawaran umum dalam tiga hal yaitu pertama, dari sisi *supply side*, pandemi Covid-19 membuat perusahaan menahan ekspansi karena adanya pelemahan ekonomi. Kedua, dari sisi *demand side*, investor cenderung *wait and see* karena pandemi meningkatkan risiko di pasar modal. Ketiga, pandemi Covid-19 membuat calon emiten dan emiten terhambat dalam melakukan penawaran umum karena adanya pembatasan kegiatan sosial. Adanya pandemi Covid-19 menghambat perusahaan yang membutuhkan sumber pendanaan atau modal secara eksternal yang biasa dilakukan melalui mekanisme menjual saham kepada publik atau disebut *go public*.

Perusahaan yang melakukan penawaran harga saham perdana atau IPO sering mengalami adanya selisih pada harga penawaran yang lebih rendah daripada harga penutupan di hari pertama atau disebut *underpricing*. Terjadinya *underpricing* tentu merugikan perusahaan, akan tetapi lebih menguntungkan bagi pihak investor karena adanya *initial return*. *Underpricing* disebabkan dari beberapa faktor diantaranya reputasi yang dimiliki oleh auditor saat dipilih perusahaan berafiliasi dengan *Big Four* atau tidak, tinggi rendahnya *net profit margin* yang dihasilkan perusahaan dan lamanya perusahaan berdiri, dari awal didirikan hingga melakukan IPO. Melihat fenomena yang terjadi, maka dari itu reputasi auditor, *net profit margin* dan umur perusahaan dapat menentukan akan terjadinya *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka akan dilakukan penelitian dengan mengangkat judul “Pengaruh Reputasi Auditor, *Net Profit Margin* dan Umur Perusahaan Terhadap *Underpricing* pada Saat *Initial Public Offering* (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Manufaktur, Properti dan Teknologi yang Melakukan Penawaran Umum Perdana di Bursa Efek Indonesia Periode 2019–2021)”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah reputasi auditor berpengaruh terhadap *underpricing* pada saat melakukan penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *net profit margin* berpengaruh terhadap *underpricing* pada saat melakukan penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* pada saat melakukan penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah reputasi auditor, *net profit margin* dan umur perusahaan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap tingkat *underpricing* pada saat melakukan penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia?

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan permasalahan yang telah diuraikan, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Batasan variabel dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu reputasi auditor, *net profit margin*, umur perusahaan dan variabel dependen yaitu *underpricing*.
2. Batasan sampel yang akan diteliti adalah perusahaan sektor manufaktur, properti dan teknologi yang mengalami *underpricing* saat melakukan penawaran umum perdana atau *Initial Public Offering* (IPO) pada tahun 2019–2021 di Bursa Efek Indonesia.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh reputasi auditor terhadap *underpricing* pada saat melakukan penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk menguji pengaruh *net profit margin* terhadap *underpricing* pada saat melakukan penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk menguji pengaruh umur perusahaan terhadap *underpricing* pada saat melakukan penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia.

4. Untuk menguji pengaruh reputasi auditor, *net profit margin* dan umur perusahaan secara simultan (bersama-sama) terhadap *underpricing* pada saat melakukan penawaran umum perdana di Bursa Efek Indonesia.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dengan tujuan yang ingin dicapai, maka penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Emiten

Penelitian ini diharapkan dapat membantu emiten untuk melakukan strategi yang tepat saat menentukan harga saham perdana agar terjual semua dan mendapatkan hasil yang saling menguntungkan.

2. Bagi Investor atau Calon Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan mengenai pengambilan keputusan saat berinvestasi di pasar modal pada saat penawaran saham perdana, sehingga calon investor dapat mengambil keputusan yang tepat dan menghasilkan keuntungan yang maksimal.

3. Bagi Kepustakaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu menambahkan wawasan dan referensi mengenai reputasi auditor, *net profit margin* dan umur perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* pada perusahaan manufaktur, properti dan teknologi yang melakukan *Initial Public Offering*

(IPO) dan juga menambah pengetahuan yang berkaitan dengan dunia pasar modal.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Agar mempermudah pencapaian tujuan dalam penyusunan penelitian ini maka diperlukan sistematika penulisan yang baik dan benar. Berikut ini diulas dalam lima bab dengan sistematika, yaitu:

### **Bab I Pendahuluan**

Bab pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **Bab II Kajian Pustaka dan Teori**

Bab kajian pustaka dan teori yang berisikan kajian pustaka, kajian teori mengenai teori *signalling*, pasar modal, saham, *Initial Public Offering* (IPO), tahap-tahap melakukan penawaran umum perdana (IPO), *underpricing* dan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *underpricing* seperti reputasi auditor, *net profit margin* dan umur perusahaan, kerangka pikir serta perumusan hipotesis.

### **Bab III Metoda Penelitian**

Bab metoda penelitian yang berisikan jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, data penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi dan pengukuran variabel serta rancangan analisis data (pengujian hipotesa).

#### Bab IV Data dan Analisis Data

Bab data dan analisis data yang mencakup data induk penelitian, analisis deskriptif, analisis data (pengujian asumsi klasik dan pengujian hipotesis) dan pembahasan.

#### Bab V Penutup

Bab simpulan dan saran yang berisikan kesimpulan yang telah diulas pada bab-bab sebelumnya dan saran yang digunakan untuk penelitian selanjutnya.