

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam membangun sebuah usaha seorang pengusaha pastilah menginginkan usahanya terus berkembang dan bertahan selamanya. Untuk mengembangkan dan mempertahankan usaha perusahaan membutuhkan dana yang lebih besar dan manajemen yang lebih profesional. Cara untuk mendapatkan kedua hal tersebut adalah dengan melakukan *Go Public*. Seperti yang dikemukakan oleh Widoatmodjo (2009:26) sebagai berikut:

Dengan adanya *go public*, penempatan orang-orang dalam jabatan di perusahaan tidak lagi ditentukan oleh satu orang (misalnya pendiri perusahaan saja) melainkan harus diputuskan melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Dengan demikian, akan diperoleh para profesional yang andal karena dipilih oleh banyak orang. Demikian pula dengan modal, perusahaan bisa menggali dana secara tak terbatas dari masyarakat untuk dijadikan tambahan modal.

Proses penawaran dan permintaan saham perusahaan ini terjadi dalam suatu mekanisme yang disebut pasar modal. Pasar modal memang merupakan sarana terbaik untuk memobilisasi modal dan sekaligus membuat perusahaan menjadi lebih profesional. Menurut Widoatmodjo (2009: 4) bahwa:

Pasar modal memiliki kelebihan berupa kemampuan menyediakan modal dalam jangka panjang dan tanpa batas. Dengan demikian, untuk membiayai investasi pada proyek-proyek jangka panjang dan memerlukan modal yang besar, sudah selayaknya para pengusaha menggunakan dana-dana dari pasar modal.

Langkah awal perusahaan masuk ke pasar modal adalah dengan melakukan *Go Public*. *Go Public* ini mulai populer di Indonesia menjelang akhir dekade 1980-an, yaitu saat pemerintah mengeluarkan Paket Desember

1987 seperti yang ditulis dalam www.idx.co.id mengenai sejarah Bursa Efek Indonesia. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995 tentang pasar modal pasal 1 ayat 15 “*Go public* atau penawaran umum adalah kegiatan penawaran efek yang dilakukan oleh emiten untuk menjual efek kepada masyarakat berdasarkan tata cara yang diatur dalam undang-undang ini dan peraturan pelaksanaannya”. Kegiatan dalam rangka penawaran umum penjualan saham perdana disebut IPO (*Initial Public Offering*).

Pada saat pelaksanaan IPO perusahaan tidak begitu saja mendapatkan dana sesuai yang diharapkan. Harga saham yang diinginkan perusahaan bisa tidak sesuai dengan yang diharapkan. Sedangkan kondisi yang diharapkan disebut dengan kondisi wajar (*flat price*), dimana tidak ada selisih antara harga pada saat IPO dengan harga pada saat penutupan hari pertama di pasar sekunder. Perusahaan bisa saja mengalami *underpricing* atau *overpricing*. Seperti yang dijelaskan oleh Hanafi (2004: 443), “Apabila harga saham pada pasar perdana (IPO) lebih rendah dibandingkan dengan harga saham pada pasar sekunder pada hari pertama, maka akan terjadi fenomena harga rendah di penawaran perdana, yang disebut *underpricing*. Sebaliknya, apabila harga saat IPO lebih tinggi dibandingkan dengan harga saham pada pasar sekunder pada hari pertama, maka fenomena ini disebut *overpricing*”.

Untuk mengetahui *underpricing* saham yang dialami ketika melakukan penawaran perdana atau IPO, maka elemen yang diperlukan adalah harga ketika IPO dan harga penutupan. Harga penutupan yang digunakan adalah harga penutupan pada hari pertama di pasar sekunder. Hal ini diperkuat oleh Manurung, (2012: 69) yang menyatakan bahwa:

Underpricing dapat diukur dengan menggunakan *initial return* yakni tingkat pengembalian yang diperoleh investor selama periode dari saat saham yang dibeli pada pasar perdana dengan harga penutupan pada hari pertama di pasar sekunder. Periode ini biasanya paling lama sekitar 3 minggu, bahkan ada yang hanya 1 minggu.

Dengan menggunakan *IPO price* atau harga ketika IPO dan *close price* atau harga penutupan di hari pertama di pasar sekunder, maka *initial return* akan

diketahui, apakah *return* tersebut *underpricing* atau *overpricing*. Fenomena *underpricing* inilah yang dapat merugikan perusahaan. Menurut Widodoatmodjo (2009: 26), “Tujuan suatu perusahaan melakukan *Go Public* adalah untuk menghimpun dana dari masyarakat. Jika *underpricing* terjadi saat perusahaan melakukan *Go Public* maka dana yang didapatkan tidak akan maksimal, dan hal inilah yang merugikan perusahaan”.

Fenomena *underpricing* ini telah banyak terjadi di pasar modal Indonesia maupun luar negeri. Berikut merupakan perbandingan antara jumlah perusahaan yang melakukan IPO dengan jumlah perusahaan yang mengalami harga saham *underpricing* pada periode tahun 2007 – 2016 di Bursa Efek Indonesia pada tabel 1.1:

Tabel 1.1
Perbandingan antara jumlah perusahaan yang melakukan IPO dengan
jumlah perusahaan yang mengalami harga saham *underpricing*
Periode Tahun 2007-2016

Tahun	Jumlah perusahaan yang melakukan IPO	Jumlah perusahaan yang mengalami <i>underpricing</i>	<i>Underpricing</i> dalam %
2007	22 perusahaan	20 perusahaan	91%
2008	19 perusahaan	16 perusahaan	84%
2009	13 perusahaan	8 perusahaan	61.5%
2010	23 perusahaan	22 perusahaan	95.6%
2011	25 perusahaan	17 perusahaan	68%
2012	23 perusahaan	20 perusahaan	86.9%
2013	30 perusahaan	21 perusahaan	70%
2014	23 perusahaan	20 perusahaan	86.9%
2015	17 perusahaan	15 perusahaan	88.2%
2016	14 perusahaan	13 perusahaan	92.8%
Jumlah	209 perusahaan	172 perusahaan	82.3%

Sumber: hasil olahan penulis

Dari tabel 1.1 dapat disimpulkan 172 perusahaan atau 82,3% perusahaan yang melakukan IPO mengalami harga saham *underpricing*.

Fenomena *underpricing* yang menjadi pembincangan berbagai pihak baik pemerintah maupun masyarakat umum yaitu IPO PT. Krakatau Steel, dimana PT. Krakatau Steel merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang industri baja, yang memiliki performa cukup baik di Indonesia sehingga diharapkan pada saat *Initial Public Offering*, saham yang diperdagangkan dapat memberikan profit yang besar bagi kemajuan perusahaan, apalagi PT. Krakatau Steel dijamin oleh tiga *underwriter* yang cukup *prestige* yaitu PT. Bahana Securities, PT. Danareksa Sekuritas dan PT. Mandiri Sekuritas. Akan tetapi, faktanya pada saat IPO tanggal 10 November 2010, PT. Krakatau Steel mengalami *underpricing* dimana harga IPO Rp.850,00 sementara harga closing-nya Rp.1.270,00. Ada beberapa pengamat ekonom yang mengatakan bahwa *underpricing* pada PT. Krakatau Steel disebabkan *human error* dari menteri BUMN dalam menetapkan harga IPO saham PT. Krakatau Steel namun ada sebagian berpendapat hal tersebut disebabkan adanya *asymmetry information*. (Safitri, 2013).

Menurut Hanafi (2004: 445) bahwa:

Underpricing merupakan kondisi yang tidak ideal, karena merugikan perusahaan dengan tidak mendapatkan dana yang maksimal. Ada kecenderungan harga di pasar perdana selalu lebih rendah dibandingkan dengan harga penutupan pada hari pertama perdagangan saham.

Seperti yang diungkapkan oleh Hanafi (2004: 446), “*Underpricing* merugikan emiten, karena emiten kehilangan kesempatan untuk memperoleh kas yang lebih besar”. Sedangkan menurut Beatty (1989) ‘bila terjadi *overpricing*, maka investor yang akan merugi, karena mereka tidak menerima *initial return* yaitu keuntungan yang diperoleh pemegang saham karena perbedaan harga saham yang dibeli di pasar perdana saat IPO dengan harga jual yang bersangkutan di hari pertama di pasar sekunder’. Oleh sebab itu untuk menciptakan harga saham yang ideal, atau mengurangi besarnya tingkat *underpricing* bagi perusahaan terlebih dahulu perlu dipelajari faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *underpricing*.

Ririn Indrawati, 2018

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
TINGKAT UNDERPRICING PADA SAAT INITIAL
PUBLIC OFFERING (IPO) DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2007-2016**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Mengetahui faktor yang mempengaruhi tingkat *underpricing* akan dapat menghindarkan perusahaan yang akan melakukan IPO dari kerugian karena *underestimate* atas nilai pasar sahamnya.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Underpricing nampaknya telah menjadi fenomena yang sering muncul dan merugikan perusahaan. Di satu pihak, *underpricing* menguntungkan investor, namun di pihak lain akan merugikan perusahaan karena dana yang dikumpulkan tidak maksimal. *Underpricing* ini terjadi karena perusahaan menetapkan harga saham pada saat IPO terlalu rendah dibandingkan nilai saham itu sendiri. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti menurut Hanafi (2004: 447) yang menyatakan bahwa:

Asimetri antara *underwriter* dan emiten. Menurut teori ini, *underwriter* mempunyai pengalaman dalam menerbitkan saham, sedangkan emiten tidak memiliki banyak pengalaman. Dengan memiliki pengalaman yang luas, dan karena berkepentingan terhadap harga penawaran yang rendah agar saham yang dijual bisa laku, *underwriter* bisa menekan emiten agar menetapkan harga penawaran yang rendah. Karena itu akan terjadi *underpricing*.

Untuk mengurangi adanya asimetri informasi maka dilakukanlah penerbitan prospektus oleh perusahaan.

Menurut Widoatmodjo (2009: 61) bahwa:

Prospektus atau dokumen resmi yang dikeluarkan perusahaan dalam rangka *go public* menjadi sangat penting keberadaannya jika perusahaan baru pertama kali melakukan *go public*, sebab dari prospektus inilah masyarakat (calon investor) bisa mendapatkan informasi. Investor dapat melihat banyak informasi melalui prospektus ini, baik informasi keuangan maupun informasi non keuangan. Bagi emiten, prospektus mempunyai arti sebagai iklan, guna menarik investor agar membeli efek yang dijual. Karena itu, prospektus akan dibuat semenarik mungkin, baik desain maupun substansi isi informasi yang ingin disampaikan kepada investor.

Dengan adanya prospektus, investor mendapatkan informasi penting seputar calon emiten yang melakukan *go public*, dan kemudian investor dapat membuat keputusan investasi dengan tepat.

Menurut Rodoni, A (2002 : 198) memaparkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *underpricing* diantaranya, yaitu :

1. *Profitabilitas* (ROA)
2. *Financial Leverage* (DER)
3. Nilai Saham (EPS)
4. Reputasi *Underwriter*
5. Reputasi Auditor
6. Ukuran Perusahaan
7. Umur Perusahaan
8. Persentase saham yang ditawarkan

Beberapa penelitian terdahulu mengenai *underpricing*, mengungkapkan beberapa faktor yang mempengaruhi *underpricing* antara lain menurut:

Tabel 1.2
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Sari (2015)	Reputasi <i>underwriter</i> berpengaruh signifikan pada tingkat <i>underpricing</i> .
		Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan pada tingkat <i>underpricing</i> .
		Umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan pada tingkat <i>underpricing</i> .
		<i>Return on Asset</i> (ROA) tidak berpengaruh signifikan pada tingkat <i>underpricing</i> .
		<i>Debt to Equity Ratio</i> (DER) tidak berpengaruh signifikan pada tingkat <i>underpricing</i> .
2.	Elizabeth (2015)	<i>Earning per Share</i> (EPS) berpengaruh signifikan pada tingkat <i>underpricing</i> .
		Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan pada tingkat <i>underpricing</i> .
		Reputasi auditor berpengaruh signifikan pada tingkat <i>underpricing</i> .
3.	Marofen (2014)	Reputasi <i>underwriter</i> berpengaruh signifikan pada tingkat <i>underpricing</i> .
		Umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan pada tingkat <i>underpricing</i> .
		<i>Return on Asset</i> (ROA) berpengaruh signifikan pada tingkat <i>underpricing</i> .

No.	Peneliti	Hasil Penelitian
		<i>underpricing.</i>
		<i>Debt to Equity Ratio (DER) tidak berpengaruh signifikan pada tingkat underpricing.</i>
4.	Hayati (2014)	<i>Debt to Equity Ratio (DER) tidak berpengaruh signifikan pada tingkat underpricing.</i>
		<i>Return on Asset (ROA) tidak berpengaruh signifikan pada tingkat underpricing.</i>
		<i>Earning per Share (EPS) tidak berpengaruh signifikan pada tingkat underpricing.</i>
		<i>Umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan pada tingkat underpricing.</i>
		<i>Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan pada tingkat underpricing.</i>
		<i>Prosentase penawaran saham tidak berpengaruh signifikan pada tingkat underpricing.</i>
5.	Kristiantari (2013)	<i>Reputasi underwriter berpengaruh signifikan pada tingkat underpricing.</i>
		<i>Reputasi auditor tidak berpengaruh signifikan pada tingkat underpricing.</i>
		<i>Umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan pada tingkat underpricing.</i>
		<i>Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan pada tingkat underpricing.</i>
		<i>Return on Asset (ROA) tidak berpengaruh signifikan pada tingkat underpricing.</i>
6.	Febriana (2004)	<i>Reputasi auditor tidak mempengaruhi besarnya tingkat initial return</i>
		<i>Reputasi underwriter tidak memiliki pengaruh terhadap initial return</i>
		<i>Adanya pengaruh antara tingkat solvabilitas dengan tingkat underpricing saham.</i>
		<i>Profitabilitas perusahaan mempunyai pengaruh terhadap tingkat initial return</i>
7.	Islam et al (2010)	<i>Offer size has significant negative effect on the degree of underpricing at the Dhaka Stock Exchange.</i>
		<i>Size of the company positively influences the degree of underpricing at Dhaka Stock Exchange.</i>
		<i>Years of operation before listing into the CSE were also found to have a significant on the degree of underpricing at Chittagong Stock Exchange</i>

Semua faktor-faktor pada penelitian tersebut dapat ditemukan di dalam prospektus. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* dapat dianalisa menggunakan prospektus.

Dari pemaparan hasil penelitian terdahulu, maka variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas dengan proksi *Return on Asset* (ROA), solvabilitas dengan proksi *Debt to Equity Ratio* (DER), rasio saham dengan proksi *Earning per Share* (EPS), reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan prosentase penawaran saham.

Dengan perbedaan pada jumlah sampel perusahaan yang mengalami *underpricing*. Diharapkan penelitian ini dapat meperbarui dan menambah informasi yang telah ada mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *underpricing* pada saat IPO di BEI.

Pemilihan variabel profitabilitas dengan proksi *Return on Asset* (ROA), solvabilitas dengan proksi *Debt to Equity Ratio* (DER), rasio saham dengan proksi *Earning per Share* (EPS) tersebut juga mengacu pada penelitian yang telah dilakukan, disamping itu variabel-variabel tersebut merupakan faktor dalam penilaian investasi karena investor dalam melakukan investasi melihat naik turunnya variabel tersebut, variabel tersebut digunakan untuk menilai kinerja suatu perusahaan tentang efektifitas dan efisiensi perusahaan. Jadi jika variabel tersebut baik, maka artinya kinerja perusahaan tersebut juga baik, investor akan memiliki keyakinan untuk memilih saham perusahaan tersebut. Karena kebanyakan investor berinvestasi melihat bagaimana kinerja suatu perusahaan tersebut dalam menciptakan keuntungan, mengelola aset, dan membayar hutangnya.

Pada saat perusahaan memutuskan untuk *go public*, perusahaan akan dibantu oleh *underwriter*. Calon emiten tidak dapat menjual sendiri sahamnya langsung kepada masyarakat, tetapi diserahkan kepada ahlinya yang sudah tebiasa menangani IPO agar penawaran berjalan sukses. *Underwriter* bertugas meneliti dan mengadakan penilaian menyeluruh atas kemampuan dan prospek emiten

khususnya untuk emisi saham. *Underwriter* juga turut serta dalam menentukan harga saham yang ditawarkan. Disini *underwriter* memiliki andil yang cukup berpengaruh, sehingga diduga bahwa *underwriter* yang memiliki banyak pengalaman dan bereputasi baik cenderung dapat menurunkan tingkat *underpricing* pada saat IPO. Seperti yang telah dijelaskan oleh , Hanafi (2004: 449) “Emisi saham yang menggunakan *underwriter* yang memiliki reputasi baik cenderung mempunyai *underpricing* yang rendah”.

Dalam melakukan *go public* perusahaan menerbitkan prospektus yang didalamnya terdapat laporan keuangan yang telah diaudit oleh akuntan publik. Ketika perusahaan *go public* reputasi auditor akan mempengaruhi kredibilitas dari laporan keuangan yang disampaikan. Dalam membuat prospektus perusahaan membuat semenarik mungkin, seperti yang disampaikan oleh Widodoatmodjo (2009: 61) “Bagi emiten, prospektus mempunyai arti sebagai iklan, guna menarik investor agar membeli efek yang dijual. Karena itu, prospektus akan dibuat semenarik mungkin, baik desain maupun substansi isi informasi yang ingin disampaikan kepada investor”. Oleh sebab itu, untuk membuat prospektus yang baik erat hubungannya dengan pemilihan segala aspek yang nantinya melibatkan pembuatan isi prospektus, salah satunya pemilihan auditor. Perusahaan akan memilih auditor dengan reputasi baik, karena laporan keuangan yang diaudit oleh auditor dengan reputasi baik cenderung lebih dipercaya oleh investor. Sehingga reputasi auditor diduga dapat mempengaruhi tingkat *underpricing*.

Ukuran perusahaan mengacu pada teori *asimetri informasi*. Seperti yang diungkapkan Hanafi (2004:321) “Perusahaan besar bisa memberikan informasi lebih banyak kepada masyarakat dibanding perusahaan kecil”. Hal ini akan mengurangi adanya *asimetri informasi* perusahaan besar sehingga akan mengurangi tingkat *underpricing* daripada perusahaan kecil, karena informasi perusahaan kecil belum begitu banyak tersebar”.

Umur perusahaan juga mengacu pada teori *asimetri informasi*. Perusahaan yang memiliki umur lebih lama bisa memberikan informasi lebih banyak kepada masyarakat dibanding perusahaan yang belum lama berdiri. Hal ini akan

mengurangi adanya *asimetri informasi* perusahaan yang memiliki umur lebih lama sehingga akan mengurangi tingkat *underpricing* daripada perusahaan yang belum lama berdiri, karena informasi perusahaan yang belum lama berdiri belum begitu banyak tersebar.

Prosentase penawaran saham dianggap sebagai informasi yang menunjukkan yakin tidaknya perusahaan dalam potensi usahanya bagi investor. Seperti yang dinyatakan oleh Leland dan Pyle (1977) “pemilik saham sebelum melakukan *go public* akan tetap menginvestasikan modal pada perusahaannya apabila mereka yakin akan prospek pada masa mendatang”. Jadi prosentase kepemilikan saham sebuah emiten yang melakukan IPO menjadi sebuah isyarat bagi investor untuk menunjukkan kinerja dan juga prospek dari perusahaan tersebut, sehingga hal ini akan mengurangi angka ketidakpastian pasar dan mengurangi tingkat *underpricing*.

Pemilihan proksi untuk variabel bebas pada penelitian ini juga dilatarbelakangi adanya *research gap* yang terjadi pada penelitian terdahulu. Hasil penelitian yang ada, cenderung inkonsistensi. Pada Tabel 1.3 berikut ini adalah ringkasan dari *research gap* dari penelitian-penelitian terdahulu.

Tabel 1.3
Research Gap dari Penelitian-Penelitian Terdahulu

No.	Permasalahan	Gap	Peneliti
1.	Pengaruh rasio profitabilitas perusahaan terhadap <i>underpricing</i>	<ul style="list-style-type: none"> Rasio profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Marofen (2014) Febriana (2004)
		<ul style="list-style-type: none"> Rasio profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Sari (2015) Hayati (2014) Kristiantari (2013)
2.	Pengaruh rasio	<ul style="list-style-type: none"> Rasio 	<ul style="list-style-type: none"> Febriana (2004)

Ririn Indrawati, 2018
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
TINGKAT UNDERPRICING PADA SAAT INITIAL
PUBLIC OFFERING (IPO) DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2007-2016

No.	Permasalahan	Gap	Peneliti
	solvabilitas perusahaan terhadap <i>underpricing</i>	solvabilitas perusahaan berpengaruh terhadap <i>underpricing</i>	
		<ul style="list-style-type: none"> • Rasio solvabilitas perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Sari (2015) • Marofen (2014) • Hayati (2014)
3.	Pengaruh rasio saham perusahaan terhadap <i>underpricing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Rasio saham perusahaan berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Elizabeth (2015)
		<ul style="list-style-type: none"> • Rasio saham perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Hayati (2014)
4.	Pengaruh ukuran perusahaan terhadap <i>underpricing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Elizabeth (2015) • Kristiantari (2013) • Islam <i>et al</i> (2010)
		<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Sari (2015) • Hayati (2014)
5.	Pengaruh umur perusahaan terhadap <i>underpricing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Umur perusahaan berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Islam <i>et al</i> (2010)
		<ul style="list-style-type: none"> • Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Sari (2015) • Marofen (2014) • Hayati (2014) • Kristiantari (2013)
6.	Pengaruh reputasi <i>underwriter</i> terhadap	<ul style="list-style-type: none"> • Reputasi <i>underwriter</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Sari (2015)

Ririn Indrawati, 2018
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
TINGKAT UNDERPRICING PADA SAAT INITIAL
PUBLIC OFFERING (IPO) DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2007-2016**

No.	Permasalahan	Gap	Peneliti
	<i>underpricing</i>	berpengaruh terhadap <i>underpricing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Marofen (2014) • Kristiantari (2013)
		<ul style="list-style-type: none"> • Reputasi <i>underwriter</i> tidak berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Febriana (2004)
7.	Pengaruh reputasi auditor terhadap <i>underpricing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Reputasi auditor berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Elizabeth (2015)
		<ul style="list-style-type: none"> • Reputasi auditor tidak berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Kristiantari (2013) • Febriana (2004)
8.	Pengaruh prosentase penawaran saham terhadap <i>underpricing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Prosentase penawaran saham berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Islam <i>et al</i> (2010)
		<ul style="list-style-type: none"> • Prosentase penawaran saham tidak berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Hayati (2014)

Sumber: berbagai jurnal dan skripsi

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian, sampel penelitian, variabel penelitian dan periode yang digunakan. Dengan adanya ketidakkonsistenan dari hasil penelitian sebelumnya membuat penelitian ini masih relevan untuk dikaji ulang. Berdasarkan dari latar belakang yang diuraikan, maka penelitian ini diberijudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat *Underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2016”.

C. Rumusan masalah penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana profitabilitas, solvabilitas, rasio saham, reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan, umur perusahaan, prosentase penawaran saham, dan *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2007-2016?
2. Bagaimana profitabilitas berpengaruh terhadap *underpricing*?
3. Bagaimana solvabilitas berpengaruh terhadap *underpricing*?
4. Bagaimana rasio saham berpengaruh terhadap *underpricing*?
5. Bagaimana reputasi *underwriter* berpengaruh terhadap *underpricing*?
6. Bagaimana reputasi auditor berpengaruh terhadap *underpricing*?
7. Bagaimana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing*?
8. Bagaimana umur perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing*?
9. Bagaimana prosentase penawaran saham berpengaruh terhadap *underpricing*?

D. Maksud dan tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibahas di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji bagaimana profitabilitas, solvabilitas, rasio saham, reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan, umur perusahaan, prosentase penawaran saham, dan *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2007-2016.
2. Untuk menguji bagaimana profitabilitas berpengaruh terhadap *underpricing*?
3. Untuk menguji bagaimana solvabilitas berpengaruh terhadap *underpricing*?
4. Untuk menguji bagaimana rasio saham berpengaruh terhadap *underpricing*?
5. Untuk menguji bagaimana reputasi *underwriter* berpengaruh terhadap *underpricing*?

6. Untuk menguji bagaimana reputasi auditor berpengaruh terhadap *underpricing*?
7. Untuk menguji bagaimana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing*?
8. Untuk menguji bagaimana umur perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing*?
9. Untuk menguji bagaimana prosentase penawaran saham berpengaruh terhadap *underpricing*?

E. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian dalam penulisan ini adalah :

1. Manfaat Akademis
 - a. Diharapkan dapat menjadi informasi yang berguna sebagai bahan masukan dan sebagai sumbangan pemikiran untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO).
 - b. Mempunyai gambaran yang jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO).
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi kepada investor dan calon investor dalam melakukan strategi investasi dan pengambilan keputusan di pasar modal.
 - b. Bagi emiten, penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan, khususnya yang berkaitan dengan masalah penentuan harga saham bila akan melakukan *Initial Public Offering* (IPO) untuk memperoleh harga yang optimal.
 - c. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat membantu, baik sebagai referensi maupun perbandingan bagi peneliti lainnya di masa yang akan datang.

- d. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan di bidang pasar modal, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO).