

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Brigham & Houston (2006) menyatakan bahwa dalam bidang perekonomian pada umumnya tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba maksimal, mengembangkan perusahaan serta menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan yang ingin mencapai tujuan tersebut membutuhkan modal yang tidak sedikit sehingga mengharuskan perusahaan mencari sumber tambahan modal, hal ini akan mendorong manajemen perusahaan untuk memilih salah satu dari alternatif pembiayaan yang dapat dilakukan.

Adler Haymans (2013) menyatakan bahwa sumber pendanaan perusahaan dikelompokkan menjadi dua yaitu pendanaan dari dalam perusahaan yaitu laba ditahan dan pendanaan dari luar perusahaan yaitu hutang kepada bank serta penerbitan saham baru yang ditawarkan kepada pemegang saham lama atau kepada publik. Proses penawaran saham perusahaan kepada masyarakat disebut *initial public offering* (IPO) atau *go public*. Proses penawaran dan permintaan saham perusahaan terjadi dalam suatu mekanisme yang disebut pasar modal.

Di Indonesia kegiatan pasar modal ini diatur oleh UU No.8 tahun 1995 tentang pasar modal yang mendefinisikan penawaran umum perdana adalah kegiatan penawaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjual efek kepada masyarakat berdasarkan tata cara yang telah diatur dalam undang-undang tersebut dan pelaksanaannya.

Menurut Fahmi (2012, hlm. 52) pasar modal adalah tempat berbagai pihak, khususnya perusahaan menjual saham (*stock*) dan obligasi (*bond*) dengan tujuan dari hasil penjualan tersebut nantinya akan digunakan sebagai tambahan dana atau untuk memperkuat modal perusahaan. Pasar modal terdiri dari pasar perdana dan pasar sekunder, ketika perusahaan melakukan penawaran saham pertama kali kepada masyarakat dilakukan di pasar perdana. Sedangkan pasar sekunder merupakan pasar modal yang sahamnya dijual belikan di pasar bursa efek setelah tahap penjualan di pasar perdana.

Perusahaan yang telah memutuskan untuk menjadi perusahaan *go public* harus melaksanakan proses penawaran saham pertama kalinya yang dikenal dengan istilah *Initial Return Offering* (IPO), pada Lilis Lisdiyani, 2018

**PENGARUH NILAI PASAR DAN PROFITABILITAS TERHADAP  
UNDERPRICING SAHAM PADA PERUSAHAAN GO PUBLIC YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

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

pelaksanaan IPO sering kali dihadapkan dengan fenomena yang umum terjadi yaitu *underpricing* dan *overpricing*. Apabila harga saham di pasar perdana lebih rendah dibandingkan dengan harga saham di pasar sekunder pada hari pertama maka akan terjadi fenomena yang disebut *underpricing*. Sebaliknya, apabila harga saham di pasar perdana lebih tinggi dibandingkan dengan harga saham di pasar sekunder pada hari pertama, maka fenomena ini disebut *overpricing* (Hanafi dalam Kristantari, 2013). Perkembangan jumlah perusahaan yang melakukan IPO dan mengalami *underpricing* maupun *overpricing* dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, terlihat pada tabel berikut :

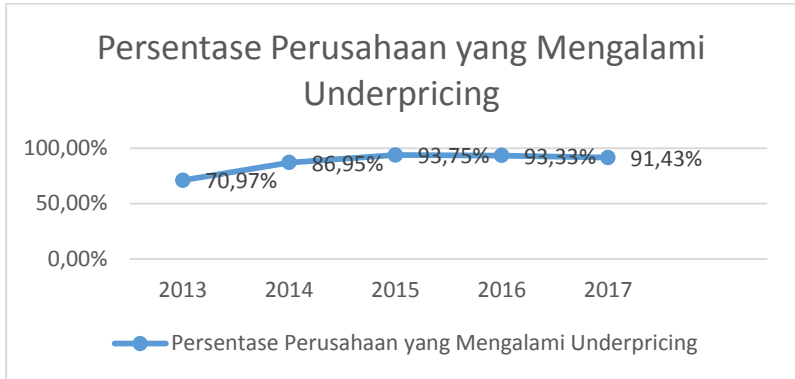
**Tabel 1.1**  
**Daftar Perusahaan yang Melakukan IPO**  
**Periode 2013-2017**

<b>Tahun</b>	<b>Perusahaan IPO</b>	<b>Perusahaan Underpricing</b>	<b>Perusahaan Overpricing</b>	<b>Perusahaan harga Tetap</b>
2013	31 perusahaan	22 perusahaan	7 perusahaan	2 perusahaan
2014	23 perusahaan	20 perusahaan	2 perusahaan	1 perusahaan
2015	17 perusahaan	15 perusahaan	1 perusahaan	1 perusahaan
2016	15 perusahaan	14 perusahaan	1 perusahaan	-
2017	35 perusahaan	32 perusahaan	3 perusahaan	-
<b>Jumlah</b>	<b>121 perusahaan</b>	<b>103 perusahaan</b>	<b>14 perusahaan</b>	<b>4 perusahaan</b>

Sumber: [www.e-bursa.com](http://www.e-bursa.com)

Dari tabel 1.1 dapat terlihat total keseluruhan perusahaan melakukan IPO dalam kurun waktu 5 tahun terakhir sebanyak 121 perusahaan. Perusahaan yang melakukan IPO dan mengalami *underpricing* sebanyak 103 perusahaan, 14 perusahaan mengalami *overpricing*, serta 4 perusahaan mengalami harga tetap. Dari tabel tersebut dapat terlihat bahwa fenomena *underpricing* mendominasi dalam kegiatan pelaksanaan IPO setiap tahunnya, adapun grafik jumlah

perusahaan yang mengalami *underpricing* dapat dilihat pada grafik 1.1 di bawah ini.



Sumber: [www.e-bursa.com](http://www.e-bursa.com) (data telah diolah)

**Grafik 1 1**  
**Persentase Perusahaan yang Mengalami Underpricing**  
**Periode 2013-2017**

Dari grafik 1.1 tercatat perusahaan yang mengalami *underpricing* tahun 2013 sampai tahun 2017 dimana tahun tersebut hampir seluruh perusahaan yang melakukan IPO mengalami *underpricing*. Pada tahun 2013 sekitar 70,97% perusahaan mengalami *underpricing* dengan total perusahaan yang melakukan IPO yaitu 22 perusahaan, pada tahun 2014 sekitar 86,95% perusahaan mengalami *underpricing* dari total perusahaan yang melakukan IPO yaitu 20 perusahaan, pada tahun 2015 sekitar 93,75% perusahaan mengalami *underpricing* dari total perusahaan yang melakukan IPO yaitu 15 perusahaan, pada tahun 2016 sekitar 93,33% perusahaan yang mengalami *underpricing* dari total perusahaan melakukan IPO yaitu 14 perusahaan, kemudian pada tahun 2017 sekitar 91,43% perusahaan yang mengalami *underpricing* dari total perusahaan melakukan IPO yaitu 32 perusahaan.

Secara umum alasan perusahaan ingin menjadi perusahaan *go public* adalah untuk mendapatkan tambahan dana, dimana tambahan dana bisa digunakan untuk meningkatkan modal perusahaan, membayar hutang perusahaan, mengembangkan teknologi informasi melalui pembelian *software* dan *hardware* guna menunjang kegiatan usaha

**Lilis Lisdiyani, 2018**

**PENGARUH NILAI PASAR DAN PROFITABILITAS TERHADAP  
UNDERPRICING SAHAM PADA PERUSAHAAN GO PUBLIC YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) |  
[perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

perusahaan, membiayai program penanaman dan pembangunan pabrik, biaya perolehan lahan baru, perluasan sewa kantor, serta belanja modal perusahaan seperti pembelian peralatan dan kendaraan.

Proses perusahaan yang melaksanakan IPO sering dihadapkan dengan fenomena *underpricing* atau *overpricing*. Untuk mengetahui kondisi tersebut, maka elemen yang perlu diperhatikan adalah harga ketika penawaran IPO dan harga penutupan hari pertama, sehingga akan terlihat hasil *return* awal yang diterima oleh investor, apakah nilai *return* tersebut bernilai positif atau negatif. Kim, Krinsky dan Lee (1995:452) menyatakan masalah yang sering timbul dari kegiatan IPO adalah terjadinya *underpricing* yang menunjukkan bahwa sebenarnya harga saham pada waktu penawaran perdana relatif lebih rendah dibandingkan pada saat diperdagangkan di pasar sekunder.

Fenomena *underpricing* pada umumnya selalu terjadi pada saat IPO, karena fenomena tersebut akan menarik pihak investor untuk membeli saham di pasar perdana sehingga bagian saham yang dijual pada publik akan laku terjual semua. Masalah yang sangat penting apabila tingkat *underpricing* yang terjadi itu besar melebihi 50% selisih harga saham tersebut sehingga perusahaan kurang memanfaatkan pelaksanaan IPO dalam mendapatkan tambahan dana.

Dampak dari adanya fenomena *underpricing* pada saat IPO kepada perusahaan dan investor itu berbeda. Perusahaan sebagai pihak yang membutuhkan dana jika mengalami *underpricing* maka dana yang diperoleh tidak maksimal. Sedangkan pihak investor akan mendapatkan keuntungan disebut dengan *initial return*, yaitu selisih positif antara harga saham yang di beli di pasar perdana dengan harga jual yang bersangkutan pada hari pertama di pasar sekunder. Menurut Jogyanto, H (2013, hlm. 37) *initial return* adalah *return* yang diperoleh dari aktiva di penawaran perdana mulai dari saat dibeli di pasar primer sampai pertama kali didaftarkan di pasar sekunder.

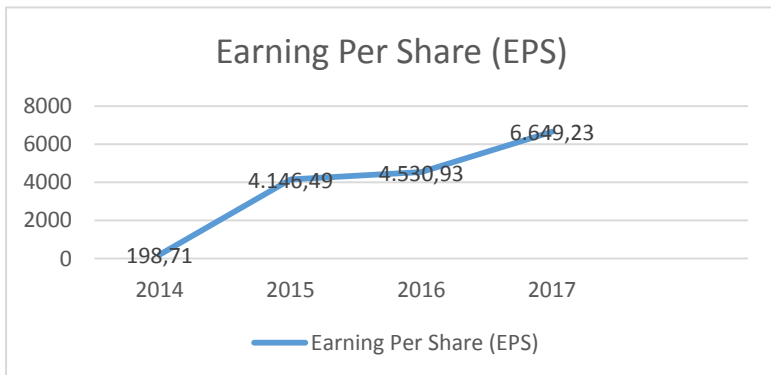
Menurut Rodono, A (2002) memaparkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *underpricing* diantaranya yaitu: *Debt to equity ratio*; Profitabilitas; *Earning per share*; Ukuran perusahaan; Umur perusahaan; Reputasi auditor; Reputasi underwriter; Presentasi saham yang ditawarkan; Sentimen pasar; Kekuatan intervensi; Likuiditas; dan Proporsi utang. Penelitian ini menggunakan rasio keuangan perusahaan yaitu *earning per share* dan profitabilitas.

Lilis Lisdiyani, 2018

**PENGARUH NILAI PASAR DAN PROFITABILITAS TERHADAP  
UNDERPRICING SAHAM PADA PERUSAHAAN GO PUBLIC YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

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

Faktor pertama yang diduga mempengaruhi *underpricing* adalah nilai pasar. Menurut Fahmi (2011, hlm. 121) nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Nilai pasar yang diukur dengan *earning per share* adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimilikinya. Berikut kondisi rata-rata *earning per share* pada perusahaan yang melakukan IPO dan mengalami *underpricing* pada periode penelitian 2014-2017.



Sumber: prospektus (data telah diolah)

**Grafik 1 2**  
**Rata-Rata Nilai Pasar Perusahaan yang Melakukan IPO**  
**Periode 2014-2017**

Dari grafik 1.2 pada tahun 2014 sampai tahun 2017 rata-rata nilai pasar yang diukur dengan *earning per share* pada perusahaan yang melakukan IPO dan mengalami *underpricing*. Pada tahun 2014 memiliki nilai rata-rata EPS sebesar 198,71 artinya setiap satu lembar saham perusahaan menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 198,71. Pada tahun 2015 memiliki nilai rata-rata EPS sebesar 4.146,49. Pada tahun 2016 memiliki nilai rata-rata EPS sebesar 4.530,93. Dan di tahun 2017 memiliki nilai rata-rata EPS sebesar 6.649,23.

*Earning per share* (EPS) dapat memberikan sinyal yang baik maupun buruk terhadap *underpricing*. Menurut Subramanyam dan Wild

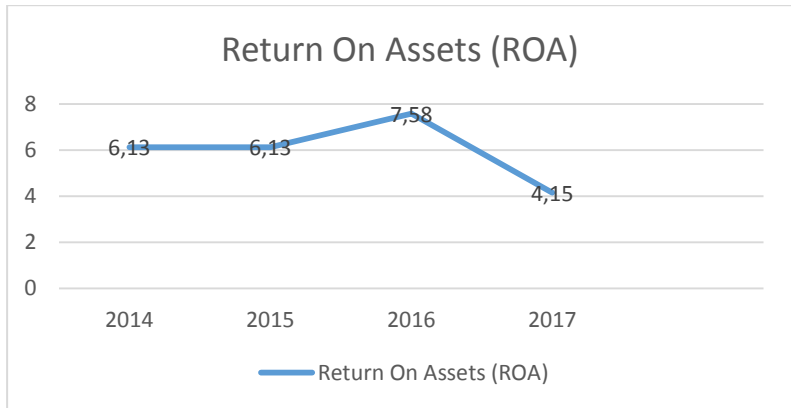
(2011), data mengenai EPS sangat banyak digunakan dalam mengevaluasi kinerja operasi dan profitabilitas perusahaan. Nilai EPS dapat membantu investor untuk menilai kualitas suatu perusahaan. EPS yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk meraih keuntungan di masa depan dan investor juga akan mendapatkan bagian laba yang besar. Oleh karena itu, investor lebih tertarik untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan yang memiliki nilai EPS tinggi dan investor akan membeli saham pada harga yang tinggi. Oleh karena itu, tingkat *underpricing* perusahaan akan semakin tinggi apabila perusahaan memiliki EPS yang tinggi. Namun kondisi tersebut dapat berbalik, menurut James & Moira Chatton (2003) menyatakan bahwa perusahaan yang mapan umumnya mempunyai rasio EPS tinggi sedangkan perusahaan yang berusia muda mempunyai kecenderungan EPS yang rendah. Sehingga semakin mapan perusahaan, semakin tinggi EPS yang dimilikinya semakin rendah kemungkinan terjadinya *underpricing*, hal tersebut dikarenakan tingginya EPS suatu perusahaan akan memberikan harapan investor untuk memperoleh keuntungan yang semakin besar dalam suatu periode tertentu dengan memiliki satu lembar saham, sehingga besarnya EPS akan mengurangi ketidakpastian resiko dan harga saham perusahaan IPO yang nantinya akan menurunkan tingkat *underpricing*.

Faktor kedua yang diduga mempengaruhi *underpricing* adalah profitabilitas. Menurut Fahmi (2011, hlm. 135) profitabilitas adalah rasio yang mengukur efektivitas secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. *Return On Asset* (ROA) merupakan salah satu alat ukur profitabilitas yang dipergunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan aset yang dimilikinya. Berikut kondisi rata-rata ROA pada perusahaan yang melakukan IPO dan mengalami *underpricing* pada periode penelitian 2014-2017.

Lilis Lisdiyani, 2018

**PENGARUH NILAI PASAR DAN PROFITABILITAS TERHADAP  
UNDERPRICING SAHAM PADA PERUSAHAAN GO PUBLIC YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

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



Sumber: prospektus (data telah diolah)

**Grafik 1 3**  
**Rata-Rata Profitabilitas Perusahaan yang Melakukan IPO**  
**Periode 2014-2017**

Dari grafik 1.3 rata-rata profitabilitas yang diukur dengan rasio ROA pada tahun 2014 sampai tahun 2017 pada perusahaan yang melakukan IPO dan mengalami underpricing. Pada tahun 2014 memiliki nilai rata-rata ROA sebesar 6,13, artinya perusahaan mendapatkan laba sebesar 6,13%. Pada tahun 2015 memiliki nilai rata-rata ROA sebesar 6,13. Pada tahun 2016 memiliki nilai rata-rata ROA sebesar 7,58. Dan pada tahun 2017 memiliki nilai rata-rata ROA sebesar 4,15.

*Return on asset* (ROA) dapat memberikan sinyal yang baik maupun buruk terhadap *underpricing*. Menurut Prastowo dan Juliaty (2005) profitabilitas perusahaan dapat dianalisis dengan menggunakan ROA. Rasio ini menghubungkan laba dengan investasi dan digunakan untuk mengevaluasi efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba melalui aset yang tersedia. Nilai ROA yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang sehingga pihak investor akan bersedia untuk membeli saham tersebut dengan harga yang tinggi. Oleh karena itu, tingkat *underpricing* perusahaan akan semakin tinggi apabila perusahaan memiliki ROA yang tinggi.

Namun kondisi tersebut dapat berbalik, menurut Sudana (2009) ROA merupakan rasio penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Nilai ROA yang semakin tinggi akan menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba di masa yang akan datang dan laba merupakan informasi penting bagi investor sebagai pertimbangan dalam menanamkan modalnya. Profitabilitas yang tinggi dari suatu perusahaan akan mengurangi ketidakpastian bagi investor sehingga akan menurunkan tingkat *underpricing*. Hal ini berarti kemungkinan investor untuk mendapatkan *return* awal semakin rendah.

Posisi rasio nilai pasar dan profitabilitas memiliki peranan yang strategis dihadapan para investor. Pada dasarnya kedua rasio tersebut merefleksikan kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Semakin baik kinerja nilai pasar yang diukur dengan EPS dan profitabilitas yang diukur dengan ROA maka akan semakin tinggi pula kepercayaan para investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Penelitian ini dilakukan dalam pengamatan periode 2014-2017. Data yang dipakai 3 tahun sebelum IPO yang tertera pada prospektus tiap perusahaan, pada dasarnya informasi *financial* maupun *non financial* yang ada di prospektus rata-rata memaparkan 2 sampai 3 tahun sebelum IPO.

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk membuktikan pengaruh nilai pasar dan profitabilitas terhadap *underpricing*. Pada penelitian yang pernah dilakukan oleh Andhi Wijayanto (2010) dengan judul “Analisis Pengaruh *Return On Asset, Earning Per Share, Financial Leverage, Proceed* Terhadap *Initial Return*” hasil penelitian menunjukkan EPS, dan *proceed* mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap *initial return*. Sedangkan ROA, dan *financial leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *initial return*. Secara simultan semua variabel berpengaruh terhadap *initial return*. Pada penelitian Aulia Mutia S dan Deannes Isyuardhana (2015) dengan judul “Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat *Underpricing* Pada Saat *Initial Public Offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014” hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya reputasi *underwriter* berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing*, sedangkan ukuran perusahaan, umur perusahaan, ROA,

Lilis Lisdiyani, 2018

**PENGARUH NILAI PASAR DAN PROFITABILITAS TERHADAP  
UNDERPRICING SAHAM PADA PERUSAHAAN GO PUBLIC YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

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



dan DER tidak berpengaruh terhadap *underpricing*. Secara simultan semua variabel berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*.

Berdasarkan hasil penelitian oleh Vina Febria S dan Mustafa Kamal (2016) dengan judul “Analisis Pengaruh Informasi Keuangan Dan Ukuran Dewan Terhadap *Underpricing* (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Melakukan IPO Di BEI Periode 2010-2015)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa EPS berpengaruh positif signifikan terhadap *underpricing* dan ROA berpengaruh negatif signifikan terhadap *underpricing*. Sedangkan *leverage*, ukuran dewan, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Secara simultan semua variabel berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Pada penelitian Herbnu Putro L (2017) dengan judul “Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham Yang Ditawarkan, *Earning Per Share*, Dan Kondisi Pasar Terhadap *underpricing* Saham Pada Saat *Initial Public Offering* Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persentase saham yang ditawarkan dan EPS berpengaruh positif signifikan terhadap *underpricing*, ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap *underpricing*. Sedangkan umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Secara Simultan semua variabel berpengaruh terhadap *underpricing*.

Penelitian tentang *initial public offering* merupakan penelitian yang telah banyak dilakukan sebelumnya. Namun penelitian di bidang ini masih dianggap masalah yang menarik untuk diteliti karena hasil penelitian terdahulu yang berbeda-beda, melihat perilaku investor secara empirik dalam mengambil keputusan di pasar modal sudah tepat atau belum, dan untuk mengetahui faktor apa yang dapat mempengaruhi *underpricing* saham. Maka peneliti mengangkat masalah tersebut dengan judul **PENGARUH NILAI PASAR DAN PROFITABILITAS TERHADAP *UNDERPRICING* SAHAM PADA PERUSAHAAN *GO PUBLIC***.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Setelah perusahaan memutuskan untuk menjadi *go public* maka perusahaan harus mengawalinya dengan proses penawaran saham  
Lilis Lisdiyani, 2018

**PENGARUH NILAI PASAR DAN PROFITABILITAS TERHADAP  
*UNDERPRICING* SAHAM PADA PERUSAHAAN *GO PUBLIC* YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

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

perdana yang biasa disebut *initial public offering* (IPO), pada pelaksanaan IPO sering kali dihadapkan dengan fenomena yang umum terjadi di pasar modal yaitu *underpricing* dan *overpricing*. Apabila harga saham pada pasar perdana lebih rendah dibandingkan dengan harga saham pada pasar sekunder pada hari pertama maka akan terjadi fenomena yang disebut *underpricing*. Sedangkan harga saham pada pasar perdana lebih tinggi dibandingkan dengan harga saham pada hari pertama di pasar sekunder akan terjadi fenomena yang disebut *overpricing*.

Fenomena *underpricing* sering terjadi pada pelaksanaan IPO yang memberikan dampak yang berbeda bagi pihak perusahaan dan pihak investor. Perusahaan akan tidak diuntungkan apabila terjadi *underpricing*, karena dana yang diperoleh tidak sesuai dengan keinginan perusahaan. Sedangkan pihak investor akan mendapatkan keuntungan atau disebut juga sebagai *initial return*, dari selisih positif harga saham yang di beli di pasar perdana dengan harga jual yang bersangkutan di hari pertama di pasar sekunder.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi *underpricing* diantaranya yaitu: *Debt to equity ratio*; Profitabilitas; *Earning per share*; Ukuran perusahaan; Umur perusahaan; Reputasi auditor; Reputasi underwriter; Presentasi saham yang ditawarkan; Sentimen pasar; Kekuatan intervensi; Likuiditas; dan Proporsi utang. Penelitian ini menggunakan rasio keuangan perusahaan yaitu *earning per share* dan profitabilitas.

Faktor pertama yang diduga mempengaruhi *underpricing* adalah nilai pasar. nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Dengan kata lain, rasio ini merupakan indikator untuk mengukur mahal murahnya suatu saham, ukuran prestasi perusahaan yang paling lengkap bagi para pemegang saham, serta dapat membantu investor dalam mencari saham yang memiliki potensi keuntungan yang besar sebelum melakukan penanaman. Indikator nilai pasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah *earning per share*.

*Earning per share* (EPS) dapat memberikan sinyal yang baik maupun buruk terhadap *underpricing*. Menurut Subramanyam dan Wild (2011) data mengenai EPS sangat banyak digunakan dalam mengevaluasi kinerja operasi dan profitabilitas perusahaan. Nilai EPS dapat membantu investor untuk menilai kualitas suatu perusahaan. EPS

Lilis Lisdiyani, 2018

**PENGARUH NILAI PASAR DAN PROFITABILITAS TERHADAP  
UNDERPRICING SAHAM PADA PERUSAHAAN GO PUBLIC YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

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

yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk meraih keuntungan di masa depan dan investor akan mendapatkan bagian laba yang besar. Oleh karena itu, investor lebih tertarik untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan yang memiliki nilai EPS tinggi sehingga investor akan membeli saham pada harga yang tinggi. Oleh karena itu, tingkat *underpricing* perusahaan akan semakin tinggi apabila perusahaan memiliki EPS yang tinggi.

Namun kondisi tersebut dapat berbalik, menurut James & Moira Chatton (2003) menyatakan bahwa perusahaan yang mapan umumnya mempunyai rasio EPS tinggi sedangkan perusahaan yang berusia muda mempunyai kecenderungan EPS yang rendah. Sehingga semakin mapan perusahaan, semakin tinggi EPS yang dimilikinya semakin rendah kemungkinan terjadinya *underpricing*, hal tersebut dikarenakan tingginya EPS suatu perusahaan akan memberikan harapan investor untuk memperoleh keuntungan yang semakin besar dalam suatu periode tertentu dengan memiliki satu lembar saham, sehingga besarnya EPS akan mengurangi ketidakpastian resiko dan harga saham perusahaan IPO yang nantinya akan menurunkan tingkat *underpricing*.

Faktor kedua yang diduga mempengaruhi *underpricing* adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah rasio yang mengukur efektivitas secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.

*Return on asset* (ROA) dapat memberikan sinyal yang baik maupun buruk terhadap *underpricing*. Menurut Prastowo dan Juliaty (2005), profitabilitas perusahaan dapat dianalisis dengan menggunakan ROA. Rasio ini menghubungkan laba dengan investasi dan digunakan untuk mengevaluasi efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba melalui aset yang tersedia. Nilai ROA yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang sehingga pihak investor akan bersedia untuk membeli saham tersebut dengan harga yang tinggi. Oleh karena itu, tingkat *underpricing* perusahaan akan semakin tinggi apabila perusahaan memiliki ROA yang tinggi.

Namun kondisi tersebut dapat berbalik, menurut Sudana (2009) ROA merupakan rasio penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam

**Lilis Lisdiyani, 2018**

**PENGARUH NILAI PASAR DAN PROFITABILITAS TERHADAP  
UNDERPRICING SAHAM PADA PERUSAHAAN GO PUBLIC YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

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

mengelola seluruh aktiva perusahaan. Nilai ROA yang semakin tinggi akan menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba di masa yang akan datang dan laba merupakan informasi penting bagi investor sebagai pertimbangan dalam menanamkan modalnya. Profitabilitas yang tinggi dari suatu perusahaan akan mengurangi ketidakpastian bagi investor sehingga akan menurunkan tingkat *underpricing*. Hal ini berarti kemungkinan investor untuk mendapatkan *return* awal semakin rendah.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran nilai pasar pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) periode 2014-2017?
2. Bagaimana gambaran profitabilitas pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) periode 2014-2017?
3. Bagaimana gambaran *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) periode 2014-2017?
4. Bagaimana pengaruh nilai pasar dan profitabilitas terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) periode 2014-2017?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan gambaran nilai pasar pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) periode 2014-2017.
2. Memberikan gambaran profitabilitas pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) periode 2014-2017.
3. Memberikan gambaran *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) periode 2014-2017.
4. Mengetahui pengaruh nilai pasar dan profitabilitas terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) periode 2014-2017.

Lilis Lisdiyani, 2018

**PENGARUH NILAI PASAR DAN PROFITABILITAS TERHADAP  
UNDERPRICING SAHAM PADA PERUSAHAAN GO PUBLIC YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

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

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah dapat bermanfaat baik secara teoritis atau praktis, sebagai berikut:

### 1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif dalam aspek teoritis terhadap ilmu manajemen keuangan terutama yang berkaitan dengan pengaruh nilai pasar dan profitabilitas terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *go public*.

### 2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang memerlukan diantaranya:

- a) Bagi calon investor hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi mengenai faktor-faktor yang perlu di pertimbangkan dalam membuat keputusan membeli atau menawar harga saham pada saat *initial public offering*.
- b) Bagi perusahaan, dapat memberikan kontribusi sebagai pertimbangan khususnya yang berkaitan dengan penawaran perdana di BEI, untuk memperoleh harga yang baik sehingga dapat menurunkan tingkat *underpricing*.

Lilis Lisdiyani, 2018

PENGARUH NILAI PASAR DAN PROFITABILITAS TERHADAP  
*UNDERPRICING* SAHAM PADA PERUSAHAAN *GO PUBLIC* YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

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