

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya perekonomian di negeri ini maka perkembangan dan pertumbuhan modal suatu perusahaan akan semakin meningkat, hal ini mengharuskan pihak manajemen untuk memperoleh tambahan dana baru. Bukan hal yang mudah untuk mempertahankan kondisi keuangan perusahaan tanpa diiringi dengan aliran kas yang stabil dan cadangan kas yang cukup, atau yang lebih dikenal dengan sebutan modal. Pasar modal (*capital market*) memiliki peran penting mengenai permodalan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Berinvestasi melalui saham di pasar modal merupakan salah satu alternatif investasi yang menjanjikan, akan tetapi berinvestasi di pasar modal tentunya juga memiliki berbagai risiko yang bisa saja dihadapi oleh investor.

Keuntungan berinvestasi berupa selisih harga saham (*capital gain*) maupun kerugian selisih harga saham (*capital loss*) terjadi karena adanya fluktuasi harga saham yang disebabkan oleh permintaan dan penawaran berbeda antar investor di pasar bursa. Untuk itu, pasar modal dijadikan solusi sebagai sumber pendanaan eksternal bagi perusahaan. Hal itu dapat dilakukan dengan cara menjual sebagian dari kepemilikan atas perusahaan dalam bentuk efek atau saham kepada

masyarakat luas. Kegiatan tersebut dikenal dengan istilah penawaran umum (*go public*).

Menurut Usman (1989) dalam Anoraga (2003) pasar modal sebagai pelengkap disektor keuangan. Salah satu cara mendapatkan keuntungan dari pasar modal yaitu dengan melakukan penawaran saham perdana perusahaan kepada masyarakat atau yang lebih dikenal sebagai *Initial Public Offerings* (IPO). Manajemen harus menjelaskan kondisi perusahaan secara menyeluruh sebelum menawarkan sahamnya. Hal ini dapat dilakukan dengan menerbitkan prospektus. Prospektus adalah informasi penting dalam proses penawaran umum. Dalam prospektus terdapat banyak informasi yang berhubungan dengan keadaan perusahaan yang melakukan penawaran umum. Informasi dalam prospektus dapat membantu investor dalam membuat keputusan yang rasional mengenai resiko dan nilai saham yang ditawarkan perusahaan.

Perusahaan yang akan *go public* biasanya dimulai dengan keputusan melakukan *Initial Public Offerings* (IPO) yang dilakukan di pasar perdana (*primary market*). Selanjutnya saham tersebut akan di perjual-belikan di pasar modal atau disebut pasar sekunder (*secondary market*). Harga saham pada penawaran perdana ditentukan berdasarkan kesepakatan antara perusahaan emiten dengan penjamin emisi efek (*underwriter*) sebagai pihak yang membutuhkan dana, emiten menginginkan harga perdana tinggi. Sebaliknya, *underwriter* sebagai penjamin emisi berusaha untuk meminimalkan risiko yang ditanggungnya. Dalam tipe penjaminan *full comitment*, pihak *underwriter* akan membeli saham yang tidak di jual di pasar perdana. Keadaan tersebut membuat *underwriter* tidak berkeinginan untuk membeli saham yang tidak laku dijual. Upaya yang dilakukan adalah

dengan bernegosiasi dengan emiten agar saham tersebut tidak terlalu tinggi harganya, bahkan cenderung *underpriced*. *Underpricing* terjadi akibat adanya distribusi informasi yang tidak merata antar berbagai partisipan yang terlibat dalam proses emisi perdana yaitu emiten, penjamin emisi dan investor (Alteza, 2010). Bagi perusahaan yang mengeluarkan saham, apabila terjadi *underpricing* berarti kehilangan kesempatan untuk mendapatkan dana maksimal. Sebaliknya bila terjadi *overpricing* perusahaan akan berhasil menghimpun dana lebih murah, sehingga akan mendapatkan dana yang maksimal.

Fenomena lain menunjukkan adanya asimetri informasi (*asymmetric information*) yang menyertai kebijakan IPO. Walaupun investor mempunyai informasi yang cukup mengenai perusahaan yang melakukan IPO tersebut, asimetri informasi tetap terjadi dalam penawaran. Kondisi inilah yang memotivasi manajemen untuk bersikap oportunistik untuk melakukan manipulasi terhadap kinerjanya baik sebelum dan pada saat penawaran. *Earning management* adalah kecenderungan yang biasanya dilakukan oleh pihak manajemen, seringkali juga diartikan dengan rekayasa laba, meski kedua istilah tersebut tidak dapat dikatakan mutlak sama. Pada dasarnya hal ini dilakukan guna merekayasa laba perusahaan kepada *stakeholders* (Lesmana dan Rudi, 2003). Kebijakan *earning management* dalam hal ini ditujukan untuk memberikan sinyal kepada pasar tentang perusahaan yang dikelolanya. Sinyal positif ini diwujudkan dalam kinerja yang dilaporkan (biasanya dalam prospektus penawaran). Namun sinyal positif ini dalam jangka panjang tidak bisa dipertahankan oleh manajemen, yang tercermin dari penurunan kinerja yang dilaporkan oleh perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan yang dihitung menggunakan total aktiva mempunyai hubungan positif terhadap tingkat pengungkapan *intellectual capital* dalam *annual report* (Ulum, 2009). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM pada Bab IV Pasal 6 menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat dinilai dari kekayaan bersih atau total aset dari perusahaan tersebut, oleh karena itu peneliti berencana menggunakan total aset untuk mengetahui ukuran kekayaan dari Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Terdapat dua analisis untuk meramalkan harga saham, yaitu melalui analisis fundamental dan analisis teknikal. Analisis fundamental yaitu menganalisis faktor-faktor ekonomi dalam upaya memprediksi perkembangan perusahaan di masa yang akan datang. Komponen dalam analisis fundamental yaitu terdiri dari analisis laporan keuangan atau analisis rasio perusahaan. Sedangkan analisis teknikal yaitu metode analisis yang menggunakan data-data historis mengenai perubahan harga saham. Rasio keuangan yang dapat digunakan salah satunya yaitu *debt to equity ratio*. Rasio ini menggambarkan seberapa besar perusahaan menggunakan pendanaan melalui hutang dan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya (Prastowo, 2011).

Perusahaan manufaktur merupakan salah satu sektor industri yang bergerak pada bidang otomotif. Bidang otomotif banyak diminati para konsumen karena saat ini, kendaraan dijadikan sebagai kebutuhan yang penting untuk masyarakat dalam mempermudah aktivitas. Namun untuk saat ini, ekonomi sedang mengalami masalah berupa pergerakan harga dolar yang memuncak sehingga mengakibatkan

dampak terhadap kondisi keuangan di negara ini. Dari hasil data yang dimiliki penelitian, justru penjualan kendaraan di negara ini dalam kurun waktu 3 tahun terakhir (2011-2014) mengalami peningkatan. Berikut ini tabel persentase dari penjualan kendaraan di Indonesia:

Tabel 1.1 Persentase Penjualan Kendaraan Tahun 2011-2014

No.	Tahun	Persentase Penjualan
1.	2011	16,83%
2.	2012	24,91%
3.	2013	30,83
4.	2014	41,84%

Sumber: *koran-jakarta.com*

Dengan mengetahui kondisi keuangan negara Indonesia kurang stabil namun tingkat penjualan kendaraan di negara ini pada tahun 2011-2014 semakin meningkat, maka peneliti tertarik mengambil sampel perusahaan manufaktur sektor otomotif untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh terhadap harga saham perusahaan. Sebelum melakukan penelitian, perusahaan yang *go public* akan diurutkan terlebih dahulu. Berikut daftar nama perusahaan sektor otomotif dan komponennya yang telah melakukan IPO.

Tabel 1.2 Data Perusahaan Otomotif Yang Telah Melakukan IPO

No	Kode Saham	Emiten	Tanggal IPO
1	ADMG	PT Polychem Indonesia Tbk	20 Oktober 1993
2	ASII	PT Astra International Tbk	4 April 1990
3	AUTO	PT Astra Otoparts Tbk	15 Juni 1998
4	BRAM	PT Indo Kordsa Tbk	5 September 1990
5	GDYR	PT Goodyear Indonesia Tbk	1 Desember 1980
6	GJTL	PT Gajah Tunggal Tbk	8 Mei 1990
7	HEXA	PT Hexindo Adiperkasa Tbk	13 Februari 1995
8	IMAS	PT Indomobil Sukses Internasional Tbk	15 September 1993
9	INDS	PT Indospring Tbk	10 Agustus 1990
10	INTA	PT Intraco Penta Tbk	23 Agustus 1993
11	LPIN	PT Multi Prima Sejahtera Tbk	5 Februari 1990
12	MASA	PT Multistrada Arah Sarana Tbk	9 Juni 2005

13	NIPS	PT Nipress Tbk	24 Juli 1991
14	PRAS	PT Prima Alloy Steel Universal Tbk	12 Juli 1990
15	SMSM	PT Selamat Sempurna Tbk	9 September 1996
16	TURI	PT Tunas Ridean Tbk	6 Mei 1995
17	UNTR	PT United Tractors Tbk	19 September 1989

Sumber: *Daedi (2015)*

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh *Earning Management, Underpricing, Debt To Equity Ratio* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham Setelah *Initial Public Offerings (IPO)* (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Otomotif dan Komponennya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Peride 2011-2014)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah *earning management* berpengaruh terhadap harga saham setelah *Initial Public Offerings (IPO)* pada perusahaan manufaktur sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014?
2. Apakah *underpricing* berpengaruh terhadap harga saham Setelah *Initial Public Offerings (IPO)* pada perusahaan manufaktur sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014?
3. Apakah *debt to equity ratio* berpengaruh terhadap harga saham setelah *Initial Public Offerings (IPO)* pada perusahaan manufaktur sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014?

4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap harga saham setelah *Initial Public Offerings* (IPO) pada perusahaan manufaktur sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014?
5. Apakah *earning management*, *underpricing*, *debt to equity ratio* dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap harga saham setelah *Initial Public Offerings* (IPO) pada perusahaan manufaktur sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan-batasan sebagai berikut:

1. Sampel penelitian yaitu perusahaan manufaktur sektor otomotif yang telah *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *earning management*, *underpricing*, *debt to equity ratio* dan ukuran perusahaan (sebagai variabel independen) serta harga saham (sebagai variabel dependen).
3. *Earning management* dalam penelitian ini menggunakan *proxy discretionary accruals* (DA).
4. *Underpricing* dalam penelitian ini menggunakan *proxy initial return*.
5. Harga saham yang diperoleh dari pasar sekunder.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh *earning management* terhadap harga saham setelah *Initial Public Offerings* (IPO) pada perusahaan manufaktur sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014.

2. Mengetahui pengaruh *underpricing* terhadap harga saham setelah *Initial Public Offerings* (IPO) pada perusahaan manufaktur sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014.
3. Mengetahui pengaruh *debt to equity ratio* terhadap harga saham setelah *Initial Public Offerings* (IPO) pada perusahaan manufaktur sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014.
4. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap harga saham setelah *Initial Public Offerings* (IPO) pada perusahaan manufaktur sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014.
5. Mengetahui pengaruh *earning managemet*, *underpricing*, *debt to equity ratio* dan ukuran perusahaan terhadap harga saham setelah *Initial Public Offerings* (IPO) pada perusahaan manufaktur sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Investor

Bagi investor hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan sebelum melakukan pembelian saham di pasar perdana (IPO).

2. Perusahaan

Bagi perusahaan yang melakukan *Initial Public Offerings* (IPO) harus lebih cermat dalam meneliti kebijakan IPO dalam memberikan informasi saat terjadinya IPO agar mendapatkan harga saham yang optimal.

3. Peneliti

Bagi peneliti diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan kepada peneliti terkait bagaimana berinvestasi di pasar modal dan *Initial Public Offerings* (IPO).