

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara kepulauan yang karakteristiknya beragam. Dikutip dari laman (Iqbal, 2019) bahwa pada tahun 2019 Indonesia memposisikan diri pada peringkat ke-4 sebagai negara dalam hal jumlah penduduk, negara terpadat di dunia dengan 268 juta jiwa. Menurut Badan Pusat Statistik dalam Sensus Ekonomi 2016 terjadi juga pertumbuhan yang sangat tinggi untuk perusahaan non pertanian di Indonesia yaitu 26,7 juta perusahaan. Perkembangan yang terjadi pada jumlah penduduk dan bertumbuhnya usaha modern berbasis *online* memiliki peran terhadap peningkatan aktivitas ekonomi di Indonesia.

Dikutip dalam (Hasang & Nur, 2020 hlm.183) bahwa persoalan ekonomi di Indonesia adalah daya saing. Oleh karena itu, harus didorong dengan pelaku usaha untuk berbenah jika tidak ingin tertinggal. Dalam menjalankan strategi untuk bersaing, banyak kendala yang dihadapi oleh perusahaan, yaitu salah satunya mengenai kebutuhan pendanaan.

Penambahan modal dari pihak ketiga bagi perusahaan hanya memberikan solusi yang sifatnya sementara. Dalam hal ini, pasar modal dapat memberikan solusi sebagai pertimbangan pendanaan bagi perusahaan yaitu dengan cara melakukan perubahan status perusahaan yang awalnya tutup menjadi buka dengan menawarkan kepemilikan secara publik dan mencatatkannya di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berikut adapun perkembangan perusahaan yang melakukan penawaran umum perdana (IPO) di BEI pada 2017-2019:

Tabel 1. Perkembangan Penawaran Umum Perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia

	Sektor	Jumlah IPO		
		2017	2018	2019
1	<i>Agriculture</i>	0	2	2
2	Industri Dasar dan Industri Kimia	4	4	7
3	<i>Consumer Goods Industry</i>	5	4	4
4	<i>Finance</i>	3	3	2
5	<i>Infrastructure, Utilities and Transportation</i>	7	10	6
6	<i>Mining</i>	1	2	2
7	<i>Micellaneous Industry</i>	2	3	5
8	<i>Properti, Real Estate, dan Konstruksi Bangunan</i>	6	8	8
9	Perdagangan, Jasa, dan Investasi	7	20	19
	Jumlah	35	56	55

Sumber : data diolah

Dalam tabel 1, menunjukkan 2017-2019 terdapat penambahan perusahaan dari berbagai sektor yang melaksanakan penawaran umum perdana (IPO) di BEI, diantaranya di tahun 2017 terdapat 35 perusahaan, tahun 2018 terdapat 56 perusahaan dan tahun 2019 terdapat 55 perusahaan. Dikutip (Nefi, 2020 hlm.79) bahwa terdapat alasan yang mendorong emiten dalam penawaran umum perdana (IPO), yaitu (1) meningkatkan harta (2) adanya keinginan diversifikasi usaha oleh pendiri perusahaan (3) kemudahan usaha dalam pembelian perusahaan lain (4) nilai perusahaan. Dari data tersebut memberikan arti bahwa setiap tahun perusahaan yang melakukan penawaran perdana (IPO) meningkat dan perusahaan berupaya untuk dapat bersaing serta bertahan dengan penambahan dana yang diperoleh dari para investor.

Menurut (Ilham et al., 2020 hlm.126) bahwa fenomena IPO adalah penawaran umum perdana kurun waktu yang pendek. Pemilik dana yaitu investor menggunakannya untuk memperoleh keuntungan. Penetapan harga saat penawaran merupakan hal yang cukup sulit, didasarkan atas kurangnya harga yang relevan untuk memutuskan harga jual di pasar perdana. Faktanya, belum pernah ada transaksi saham sebelum pelaksanaan *initial public offering* (IPO), sehingga menyulitkan calon investor, emiten dan penjamin emisi untuk mengukur dan menetapkan harga wajar IPO.

Endang Sulistiawati, 2021

ANALISIS PROSPEKTUS INFORMASI DAN INFLASI TERHADAP UNDERPRICING SAHAM DI BEI

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Bagi perusahaan harga saat penawaran saham *initial public offering* (IPO) berdampak besar, didasarkan bahwa penetapan harga saat penawaran di pasar perdana berdampak secara nyata mengenai kondisi kemakmuran dari pemilik lama. Pemilik lama memiliki keinginan untuk tingginya harga penjualan, disisi lain harga tersebut akan berdampak pada ketertarikan investor dalam keputusan pembelian saham. Terdapat peluang bahwa tingginya harga membuat daya tarik investor rendah dan membuat tidak begitu laku ketika dijual. Dalam hal tersebut, pihak *underwriter* mengantisipasi saham yang dijaminnya dengan memutuskan rendahnya harga daripada kondisi sebenarnya dan menimbulkan *underpricing*. Dengan fenomena *underpricing* tersebut membuat perusahaan tidak dapat memaksimalkan dalam memperoleh dana karena tingginya harga saham di pasar sekunder saat hari pertama dibandingkan harga IPO yang lebih rendah

Berikut adapun perkembangan dari *underpricing* saham penawaran umum perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 s/d 2019 sebagai berikut:

Tabel 2. Fenomena *Underpricing* Saham Periode 2017 s/d 2019

Tahun	Jumlah Perusahaan IPO	<i>Underpricing</i>	%
2017	35	23	65,71%
2018	56	51	91,07%
2019	55	51	92,73%
Total	146	125	85,62%

Sumber : data diolah

Dari gambar di atas, pada tahun 2017-2019 pada perusahaan mengalami fenomena *underpricing*. Tercatat bahwa paling banyak perusahaan yang mengalami *underpricing* yaitu pada tahun 2019 dengan 92,73%.

Menurut (Morina & Rahim, 2020) bahwa ketika terjadi *underpricing* saham berdampak pada investor yang menerima keuntungan atau disebut juga sebagai *initial return*. Dalam hal ini ketika *initial return* maka menggambarkan *underpricing* yang terjadi. *Underpricing* juga dapat memberikan kerugian untuk pihak perusahaan, didasarkan tidak maksimalnya pendapatan dana dan di satu sisi

keuntungan yang diperoleh investor yang akan memperoleh *initial return* (Hastuti, 2017).

Underpricing merupakan fenomena yang terjadi karena asimetri informasi yang terjadi pada pihak masyarakat. Ketidaksesuaian informasi (asimetri informasi) terjadi diantara berbagai pihak diantaranya *underwriter*, perusahaan, dengan calon investor. Dalam meminimalisir asimetri informasi tersebut, ketika perusahaan akan melakukan *go public* diharuskan mempublikasi prospektus yang berisi informasi mengenai penerbitan saham atau obligasi, tujuan dilakukan penawaran umum, informasi sejarah, rasio keuangan dari perusahaan, informasi penjamin emisi efek (*underwriter*) dan lembaga-lembaga penunjang, serta lain sebagainya. Publikasi informasi menjadi sinyal investor untuk dijadikan pertimbangan memutuskan untuk berinvestasi atau tidak pada perusahaan *initial public offering* (IPO). Dalam hal penelitian, peneliti memakai informasi sejarah berupa umur dari perusahaan, informasi mengenai rasio keuangan yaitu likuiditas, *financial leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan, informasi penjamin emisi efek (*underwriter*) dan lembaga penunjang berupa auditor.

Dikutip dari penelitian-penelitian terdahulu bahwa terdapat faktor yang menyebabkan terjadinya *underpricing* diantaranya likuiditas (Khaira & Sudiman, 2019), umur perusahaan, ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas (Lestari et al., 2017), reputasi auditor, reputasi *underwriter* (Djashan, 2018), dan inflasi (Sulistiyawati & Wirajaya, 2017).

Berikut terdapat tabel fenomena *underpricing* berdasarkan likuiditas (CR), *financial leverage* (DER), profitabilitas, ukuran dari perusahaan, reputasi penjamin emisi (*underwriter*), reputasi dari auditor, umur dari perusahaan, dan inflasi pada perusahaan yang melaksanakan penawaran umum perdana (IPO) di BEI:

Tabel 3. Fenomena *Underpricing* berdasarkan Likuiditas (CR), *Financial Leverage* (DER), Profitabilitas (ROA), Ukuran dari Perusahaan, Reputasi Penjamin Emisi (*Underwriter*), Reputasi dari Auditor, Umur dari Perusahaan, dan Inflasi

Kode	UND	CR	DER	ROA	Total Aset (dalam Rupiah)	Reputasi <i>Underwriter</i>	Reputasi Auditor	Umur	Inflasi
PORT	0.0748	2.2100	0.9900	0.0142	1.891.346.409.000	0	0	14	0.0361
CSIS	0.5000	0.7500	0.4900	0.0004	334.893.195.357	0	0	22	0.0361
FIRE	0.5000	2.6741	1.0376	0.0023	457.422.862.654	1	0	2	0.0361
MAPB	0.5000	1.4216	0.5300	0.0631	1.630.000.000.000	1	1	4	0.0361
WOOD	0.0769	1.1000	1.0000	0.0450	3.843.002.133.341	1	0	28	0.0361
KMTR	0.4956	7.3000	1.2500	0.1149	3.556.855.509.481	0	0	26	0.0361
NASA	0.6990	2.2470	0.2052	0.0154	1.300.258.975.415	0	0	3	0.0361
PCAR	0.6933	2.8100	0.4700	0.0026	140.807.574.026	0	0	3	0.0361
DFAM	0.6957	1.9028	3.4845	0.0039	335.598.556.390	0	0	7	0.0313
SPTO	0.0259	0.9736	1.6128	0.0820	2.479.709.879.330	1	0	40	0.0313
PZZA	0.0045	1.6800	0.6743	0.0853	2.030.186.958.976	1	0	31	0.0313
MOLI	0.5000	2.4000	0.6000	0.0540	1.868.245.599.000	0	0	59	0.0313
SAPX	0.4960	4.0000	0.4700	0.3135	97.553.402.678	0	0	4	0.0313
GOOD	0.4981	1.1800	0.6900	0.1010	4.212.408.305.683	1	1	24	0.0313
SOTS	0.6970	3.9332	0.3521	0.0570	456.364.039.807	0	0	14	0.0313
PEHA	0.5025	1.0380	1.3660	0.0710	1.868.663.546.000	0	0	64	0.0313
MTPS	0.5000	5.9270	0.3020	0.0495	479.498.184.124	0	0	44	0.0272
CPRI	0.5520	4.3970	0.2430	0.0080	237.786.936.643	1	0	8	0.0272
ITIC	0.5000	0.6394	0.6826	0.0156	447.811.735.070	1	0	64	0.0272
GGRP	0.1250	1.1700	0.5400	1.9400	14.862.044.522.920	0	0	29	0.0272
NZIA	0.5000	4.1817	0.3000	0.0051	659.066.106.591	0	0	12	0.0272
IRRA	0.4973	3.4743	0.3838	0.1017	325.432.978.377	1	0	31	0.0272
IFSH	0.5000	1.0700	1.3000	0.0818	1.195.198.550.046	0	0	48	0.0272
UCID	0.1800	2.4026	0.9154	0.0479	8.316.053.000.000	1	1	22	0.0272

Sumber : data diolah

Berdasarkan di tabel 3, dikutip dalam buku (Hery, 2016 hlm.48) bahwa likuiditas (CR) perusahaan yang baik yaitu diatas 2,0 dan apabila lebih rendah dari itu maka terdapat kemungkinan perusahaan mengalami permasalahan likuiditas. Dalam teorinya bahwa ketika CR tinggi akan cenderung untuk *underpricing* dapat dihindari. Namun, dalam tabel di atas tidak sesuai dengan teori dimana perusahaan yang memiliki CR tinggi di atas 2,0 diantaranya

Endang Sulistiawati, 2021

ANALISIS PROSPEKTUS INFORMASI DAN INFLASI TERHADAP UNDERPRICING SAHAM DI BEI

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

perusahaan dengan kode PORT (Nusantara Pelabuhan Handal), FIRE (Alfa Energi Investama), KMTR (Kirana Megatara), NASA (Ayana Land International), PCAR (Prima Cakrawala Abadi), MOLI (Madusari Murni Indah), SAPX (Satria Antaran Prima), SOTS (Satria Mega Kencana), MTPS (Meta Epsi), CPRI (Capri Nusa Satu Properti), NZIA (Nusantara Almazia), IRRA (Itama Ranoraya), dan UCID (Uni-Charm Indonesia) yang masih *underpricing* saat penawaran umum perdana (IPO). Dari penelitian yang terdahulu terdapat inkonsistensi pada hasil, yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Rabiqy & Yusnaidi, 2017) bahwa CR memiliki pengaruh yang negatif tetapi tidak signifikan terhadap *underpricing*, (A. R. Saputra & Sitinjak, 2018) bahwa likuiditas berpengaruh negatif pada *underpricing*. Kendati demikian, penelitian itu tidak sejalan dari penelitian (Oktavia et al., 2019) bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *underpricing*.

Dari tabel 3 di atas, dikutip dalam buku (Hery, 2016 hlm.76) bahwa secara umum perusahaan seharusnya memiliki *financial leverage* (DER) di bawah 0,50. Dalam teorinya bahwa perusahaan yang memiliki DER di atas 0,50 memiliki arti bahwa DER semakin tinggi dan semakin besar peluang perusahaan tidak dapat memenuhi kewajibannya. DER tinggi akan menyebabkan terjadinya *underpricing* perusahaan yang memiliki DER rendah akan cenderung untuk *underpricing* dapat dihindari. Namun, dalam tabel di atas tidak sesuai dengan teori dimana perusahaan yang memiliki DER di bawah 0,5 diantaranya perusahaan dengan kode CSIS (Cahayasakti Investindo Sukses), NASA (Ayana Land International), PCAR (Prima Cakrawala Abadi), SAPX (Satria Antaran Prima), SOTS (Satria Mega Kencana), MTPS (Meta Epsi), CPRI (Capri Nusa Satu Properti), NZIA (Nusantara Almazia), dan IRRA (Itama Ranoraya) masih mengalami *underpricing*. Dari penelitian terdahulu masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian, yaitu (Oktavia et al., 2019) bahwa *leverage* (DER) memiliki pengaruh signifikan pada *underpricing*, (Imawati & Adnyana, 2017) bahwa DER memiliki pengaruh negatif dan signifikan pada *underpricing*. Namun, penelitian tersebut tidak sejalan (Solida et al., 2020) bahwa *financial leverage* (DER) tidak memiliki pengaruh pada *underpricing*.

Endang Sulistiawati, 2021

ANALISIS PROSPEKTUS INFORMASI DAN INFLASI TERHADAP UNDERPRICING SAHAM DI BEI

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Dari tabel 3, dikutip dalam buku (Hery, 2016 hlm.104) bahwa dalam teorinya profitabilitas perusahaan menjelaskan mengenai mampu atau tidaknya perusahaan untuk memberikan laba, profitabilitas (ROA) menjadi sinyal yang positif untuk calon pemilik dana dan cenderung untuk *underpricing* dapat dihindari. Namun, dalam tabel di atas tidak sesuai dengan teori dimana perusahaan yang mampu menghasilkan laba dengan proksi ROA diantaranya perusahaan kode PORT (Nusantara Pelabuhan Handal), CSIS (Cahayasakti Investindo Sukses), MAPB (MAP Boga Adiperkasa), WOOD (Integra Indocabinet), KMTR (Kirana Megatara), PCAR (Prima Cakrawala Abadi), DFAM (Dafam Property Indonesia), SPTO (Surya Pertiwi), PZZA (Sarimelati Kencana), MOLI (Madusari Murni Indah), GOOD (Garudafood Putra Putri Jaya), PEHA (Phapros), MTPS (Meta Epsi), CPRI (Capri Nusa Satu Properti), GGRP (Gunung Raja Paksi), NZIA (Nusantara Almazia), IRRA (Itama Ranoraya), IFSH (Ifishdeco) dan UCID (Uni-Charm Indonesia) masih mengalami *underpricing*. Dari penelitian terdahulu masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian, yaitu penelitian yang dilakukan oleh (A. R. Saputra & Sitinjak, 2018) bahwa profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh yang negatif pada *underpricing* dan (Ramadana, 2018) bahwa profitabilitas berpengaruh negatif pada *underpricing*. Kendati demikian, tidak sejalan (Oktavia et al., 2019) profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan pada *underpricing*.

Dari tabel 3 di atas, dikutip dalam (Harfadillah et al., 2020) bahwa perusahaan yang skala bisnisnya besar dapat lebih mudah dikenali masyarakat dan akan cenderung untuk *underpricing* dapat dihindari. Dikutip dalam (Putro & Priantinah, 2017) bahwa bisnis besar yang dimaksud memiliki aset di atas 10 Miliar. Namun, dalam tabel di atas tidak sesuai pada teori ketika perusahaan ukurannya besar dengan kode PORT (Nusantara Pelabuhan Handal), CSIS (Cahayasakti Investindo Sukses), FIRE (Alfa Energi Investama), MAPB (MAP Boga Adiperkasa), WOOD (Integra Indocabinet), KMTR (Kirana Megatara), NASA (Ayana Land International), PCAR (Prima Cakrawala Abadi), DFAM (Dafam Property Indonesia), SPTO (Surya Pertiwi), PZZA (Sarimelati Kencana), MOLI (Madusari Murni Indah), SAPX (Satria Antaran Prima), GOOD

(Garudafood Putra Putri Jaya Tbk), SOTS (Satria Mega Kencana), PEHA (Phapros), MTPS (Meta Epsi), CPRI (Capri Nusa Satu Properti), ITIC (Indonesian Tobacco), GGRP (Gunung Raja Paksi), NZIA (Nusantara Almazia), IRRA (Itama Ranoraya), IFSH (Ifishdeco) dan UCID (PT Uni-Charm Indonesia) masih mengalami fenomena *underpricing*. Dari penelitian terdahulu masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian, yaitu (A. Saputra & Suaryana, 2016) ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang negatif pada *underpricing* dan (Rabiqy & Yusnaldi, 2017) ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang negatif signifikan pada *underpricing*. Kendati demikian, tidak sejalan dengan penelitian (Djashan, 2018) ukuran dari perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan pada *underpricing*.

Berdasarkan tabel 3, dikutip dalam (Saifudin & Rahmawati, 2017) bahwa semakin baik *underwriter* akan cenderung untuk *underpricing* dapat dihindari. Namun, tabel di atas tidak sesuai dengan teori dimana entitas menggunakan penjamin emisi baik yang termasuk 10 anggota IDX paling aktif dalam frekuensi penjualan dengan nilai *dummy* 1 yaitu perusahaan dengan kode FIRE (Alfa Energi Investama), MAPB (MAP Boga Adiperkasa), WOOD (Integra Indocabinet), SPTO (Surya Pertiwi), PZZA (PT Sarimelati Kencana), GOOD (Garudafood Putra Putri Jaya), CPRI (Capri Nusa Satu Properti), ITIC (Indonesian Tobacco), IRRA (Itama Ranoraya), dan UCID (Uni-Charm Indonesia) masih mengalami *underpricing*. Dari penelitian terdahulu masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian (Setya & Fianto, 2020), (Ramadana, 2018) *underwriter* berpengaruh pada *underpricing*. Kendati demikian, bahwa tidak sejalan (Solida et al., 2020) *underwriter* tidak memiliki pengaruh pada *underpricing*.

Dari tabel 3 di atas, dikutip dalam (Hasibuan et al., 2020 hlm.13) bahwa auditor yang baik melakukan audit untuk menyatakan laporan keuangan tersusun dengan informasi yang memadai. Informasi keuangan digunakan pihak perusahaan untuk memberikan sinyal bagi calon investor dan audit yang berafiliasi KAP 4 besar dunia merupakan auditor bereputasi baik dan akan cenderung untuk *underpricing* dapat dihindari (Setya & Fianto, 2020). Namun,

Endang Sulistiawati, 2021

ANALISIS PROSPEKTUS INFORMASI DAN INFLASI TERHADAP UNDERPRICING SAHAM DI BEI

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

dalam tabel di atas tidak sesuai dengan teori dimana emiten dengan auditor bereputasi 4 besar dunia bernilai *dummy* 1 yaitu perusahaan dengan kode MAPB (MAP Boga Adiperkasa), GOOD (Garudafood Putra Putri Jaya), dan UCID (Uni-Charm Indonesia) mengalami *underpricing*. Dari penelitian terdahulu masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian, yaitu (Djashan, 2018) *auditor reputation* signifikan tetapi negatif pada *underpricing* dan (Setya & Fianto, 2020) bahwa *auditor reputation* berpengaruh pada *underpricing*. Kendati demikian, tidak sejalan (Assari et al., 2017) reputasi dari auditor tidak memiliki pengaruh signifikan pada *underpricing*.

Berdasarkan tabel 3, dikutip dalam (Harfadillah et al., 2020) bahwa ketika perusahaan baru didirikan, informasi mengenai perusahaan belum tersampaikan secara luas dan membuat adanya tingkat ketidakpastian lebih tinggi terutama bagi pihak investor sehingga kecenderungan bahwa perusahaan yang baru didirikan akan memiliki peluang lebih besar mengalami *underpricing* daripada perusahaan yang sudah lama didirikan. Namun, dalam tabel di atas tidak sesuai dengan teori dikutip dalam (Solida et al., 2020) dimana perusahaan yang sudah lama berdiri lebih dari 10 tahun yaitu perusahaan dengan kode PORT (Nusantara Pelabuhan Handal), CSIS (Cahayasakti Investindo Sukses), WOOD (Integra Indocabinet), KMTR (Kirana Megatara), SPTO (Surya Pertiwi), PZZA (Sarimelati Kencana), MOLI (Madusari Murni Indah), GOOD (Garudafood Putra Putri Jaya), PEHA (Phapros), MTPS (Meta Epsi), ITIC (Indonesian Tobacco), GGRP (Gunung Raja Paksi), NZIA (Nusantara Almazia), IRRRA (Itama Ranoraya), IFSH (Ifishdeco) dan UCID (Uni-Charm Indonesia) mengalami *underpricing*. Dari penelitian terdahulu masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian, yaitu (Maygista et al., 2019) umur dari perusahaan memiliki pengaruh pada *underpricing* dan (Lestari et al., 2017) bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan negatif pada *underpricing*. Kendati demikian, tidak sejalan (Harfadillah et al., 2020) umur dari perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

Dari tabel 3 di atas, dikutip dalam (Maygista et al., 2019) bahwa ketika inflasi tinggi akan berdampak atas kenaikan harga produksi dan barang-barang sehingga menurunkan minat daya beli masyarakat serta rendahnya harga saham

yang ditetapkan. Hal ini inflasi tinggi berdampak terjadinya *underpricing* dan mengartikan bahwa rendahnya inflasi akan cenderung untuk *underpricing* dapat dihindari (Saifudin & Rahmawati, 2017). Namun, dalam tabel di atas tidak sesuai dengan teori dimana perusahaan dengan kode MTPS (Meta Epsi), CPRI (Capri Nusa Satu Properti), ITIC (Indonesian Tobacco), GGRP (Gunung Raja Paksi), NZIA (Nusantara Almazia), IRRA (Itama Ranoraya), IFSH (Ifishdeco) dan UCID (Uni-Charm Indonesia Tbk) mengalami *underpricing*. Dari penelitian terdahulu masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian, yaitu (Thoriq et al., 2018),(Saifudin & Rahmawati, 2017) inflasi memiliki pengaruh yang signifikan pada *underpricing*. Penelitian tersebut ketidaksejajaran (Imawati & Adnyana, 2017) bahwa inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*.

Berdasarkan latar belakang adanya gap antara teori dan kondisi langsung serta adanya inkonsistensi, sehingga membuat ketertarikan untuk dapat mengetahui faktor-faktor yang menjadi penyebab dan melaksanakan penelitian dengan judul **“Analisis Prospektus Informasi dan Inflasi terhadap *Underpricing* Saham di BEI”**.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan adanya uraian permasalahan sebelumnya, adapun permasalahan yang menjadi kajian dan dibahas pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap *Underpricing* Saham?
2. Apakah *Financial Leverage* berpengaruh terhadap *Underpricing* Saham?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap *Underpricing* Saham?
4. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Underpricing* Saham?
5. Apakah Reputasi *Underwriter* berpengaruh terhadap *Underpricing* Saham?
6. Apakah Reputasi Auditor berpengaruh terhadap *Underpricing* Saham?
7. Apakah Umur Perusahaan berpengaruh terhadap *Underpricing* Saham?
8. Apakah Inflasi berpengaruh terhadap *Underpricing* Saham?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, sehingga tujuan dalam penulisan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Likuiditas terhadap *Underpricing* Saham.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Financial Leverage* terhadap *Underpricing* Saham.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap *Underpricing* Saham.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Underpricing* Saham.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Reputasi *Underwriter* terhadap *Underpricing* Saham.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Reputasi Auditor terhadap *Underpricing* Saham.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Umur Perusahaan terhadap *Underpricing* Saham.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Inflasi terhadap *Underpricing* Saham.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan tujuan penulisan dari penelitian, sehingga dari penulisan penelitian dapat memberikan berbagai manfaat untuk pihak-pihak diantaranya:

1. Manfaat teoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian menambah pengetahuan, informasi bagi para pembaca dan perilaku keuangan terkait dengan *underpricing* saham, dan menyempurnakan penelitian sebelumnya, serta dapat digunakan sebagai bahan informasi terkait penelitian yang dilakukan selanjutnya.

Endang Sulistiawati, 2021

ANALISIS PROSPEKTUS INFORMASI DAN INFLASI TERHADAP UNDERPRICING SAHAM DI BEI

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

2. Manfaat praktis

a. Bagi Investor

Bagi investor untuk menjadi bahan pertimbangan dan analisis dalam pengambilan keputusan terkait perusahaan yang melakukan penawaran umum perdana (IPO).

b. Bagi Pemerintah

Pertimbangan dan referensi bagi pemerintah mengenai kebijakan-kebijakan terkait inflasi.

c. Bagi Manajemen Perusahaan

Bagi pihak manajemen perusahaan dapat dijadikan bahan rekomendasi dalam mengambil dan pembuatan kebijakan terkait *underpricing* saham.