

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan yang membutuhkan dana jangka panjang dapat menjual saham atau obligasinya di pasar modal. Jika menjual saham, saham yang dijual dapat berupa penawaran perdananya ke publik (*Initial Public Offering* atau Penawaran Saham Perdana) maupun menerbitkan saham baru jika perusahaan sudah *going public* (*seasoning offering*). Saham tersebut dijual ke pasar primer (*primary market*) dahulu, setelah itu baru dijual ke pasar sekunder (*secondary market*).

Namun sudah menjadi fenomena bahwa nilai IPO akan mengalami fenomena harga rendah (*underpricing*). Menurut Hartono (2009) fenomena *underpricing* terjadi karena penawaran perdana ke publik secara rerata lebih rendah daripada nilai sebenarnya. Secara rerata maksudnya tidak semua penawaran perdana murah, tetapi dapat juga mahal dan secara rerata masih dapat dikatakan murah. Fenomena *underpricing* ini terjadi hampir di seluruh negara.

Aggarwal *et al.* (1993) dalam Amin (2007) menemukan bahwa penawaran saham perdana dalam jangka pendek menghasilkan *return* yang positif namun dalam jangka panjang terjadi *return* yang negatif bagi investor. Penurunan *return* ini disebabkan oleh kinerja perusahaan yang menurun. Hal ini di satu pihak akan menguntungkan investor tetapi di pihak lain akan merugikan emiten karena dana yang dikumpulkan tidak maksimal. Menurut Ritter (1991) dalam Amin (2007) faktor yang bisa menjelaskan terjadinya penurunan kinerja (*underperformance*) tersebut

adalah kesalahan dalam pengukuran resiko, *bad luck*, dan terlalu optimisnya investor terhadap prospek perusahaan. Hal-hal tersebut merupakan efek dari terjadinya asimetri informasi yang terjadi.

Asimetri informasi adalah situasi dimana satu pihak dalam suatu transaksi memiliki informasi yang lebih atau unggul dibandingkan dengan pihak lain. Akerlof (1970) dalam Hartono (2009) mengilustrasikan asimetri informasi dalam pasar mobil bekas. Penjual mobil bekas karena mempunyai informasi mengenai mobil bekas yang dijualnya dapat mengetahui apakah mobil bekas yang dijualnya masih bagus "orange" atau sudah jelek "lemon" namun karena pembeli tidak mengetahui apakah mobil bekas yang ditawarkan "orange" atau "lemon" mengira bahwa mobil bekas tersebut "lemon" sehingga menawarnya dengan harga murah padahal mobil tersebut "orange". Penjual kemudian terpaksa menjual "orange" dengan harga "lemon". Hal tersebut tentunya merugikan penjual mobil bekas. Demikian juga dalam pasar modal, emiten (penjual) lebih mengetahui keadaan perusahaan dibandingkan investor sehingga terjadi asimetri informasi yang menyebabkan investor salah mengukur risiko yang terdapat dalam perusahaan.

Terbatasnya informasi mengenai emiten sebelum *going public* menjadikan prospektus sumber informasi utama calon investor dalam menilai kinerja perusahaan. Prospektus adalah dokumen sah yang diminta dan disampaikan ke Bapepam yang memberikan perincian tentang penawaran investasi yang dijual kepada publik. Prospektus harus mencakup semua rincian dan informasi atau fakta material mengenai penawaran umum dari emiten atau perusahaan publik, yang akan mempengaruhi keputusan pemodal, yang diketahui atau layak diketahui oleh emiten atau perusahaan publik (Peraturan Nomor 09/PM/1996).

Spencer (1973) dalam wikipedia.com menyatakan bahwa upaya yang dapat dilakukan emiten untuk mengurangi asimetri informasi adalah *signalling*. *Signalling* adalah kegiatan yang dirancang untuk mempengaruhi persepsi dan tindakan pihak lain (Horner, 2008). Horner (2008) juga mengasumsikan bahwa informasi pribadi tidak dapat diungkapkan dan informasi tersebut akan mempengaruhi insentif pihak lain. Pada penelitian ini variabel *signalling* yang digunakan adalah metoda akuntansi penyusutan, metoda akuntansi sediaan, dan reputasi auditor.

Penelitian mengenai pemilihan metoda akuntansi perlu dilakukan karena merupakan sinyal yang kredibel mengenai nilai perusahaan [Neil *et al.* (1995) dalam Bauwhede dan Willekens (1998)]. Selain itu, penerapan metoda akuntansi yang berbeda akan menghasilkan nilai akun yang berbeda pula padahal persentase nilai sediaan dibandingkan total aset cukup besar, yakni antara 16% sampai 20% (Mukhlisin, 2001) sehingga perlu diteliti apakah pemilihan akuntansi akan mempengaruhi penilaian investor terhadap nilai saham perdana yang ditawarkan.

Hal lain yang perlu diteliti berhubungan dengan *underpricing* adalah auditor independen. Dalam proses penawaran saham perdana, auditor independen mempunyai peran yang penting dalam memberikan opini mengenai laporan keuangan emiten. Auditor bereputasi tinggi akan menghasilkan laporan yang berkualitas tinggi dalam rangka mempertahankan reputasinya sehingga investor lebih mempercayai laporan keuangan yang diaudit oleh auditor bereputasi tinggi. Laporan keuangan tersebut dipakai oleh investor dalam mengukur risiko emiten. Emiten biasanya menggunakan auditor bereputasi tinggi dalam rangka memberikan sinyal bahwa laporan keuangannya berkualitas tinggi pula sehingga ketidakpastian yang mungkin terjadi dapat dikurangi.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Ali dan Hartono (2003). Penelitian ini diambil karena terjadinya ketidakkonsistenan hasil penelitian yang terdahulu sehingga masih perlu dilakukan penelitian kembali terhadap masalah tersebut. Ali dan Hartono (2002) menemukan bahwa tidak ada perbedaan pengaruh yang signifikan antara penggunaan metoda penyusutan dan metoda sediaan terhadap nilai pemasukan penawaran perdana. Wicaksono (2007) juga menemukan bahwa tidak ada pengaruh metoda akuntansi untuk depresiasi aktiva tetap dan penilaian sediaan terhadap tingkat *underpricing* saham perdana.

Neill *et al.* (1995) sebaliknya menemukan bahwa penawaran saham perdana perusahaan yang menggunakan *income increasing accounting methods* (liberal) mempunyai tingkat *underpricing* yang lebih besar daripada penawaran saham perdana perusahaan yang menggunakan *income decreasing accounting methods* (konservatif). Ali dan Hartono (2003) dan Kusuma (2006) menemukan bahwa ada pengaruh signifikan metoda akuntansi depresiasi aset tetap dan persentase saham yang dipertahankan terhadap *underpricing* namun metoda akuntansi sediaan, reputasi auditor dan reputasi penjamin emisi tidak berpengaruh terhadap *underpricing*. Sujiwati (2007) menemukan adanya pengaruh yang signifikan pemilihan metoda sediaan terhadap tingkat *underpricing*. Emiten yang menggunakan metoda penilaian sediaan FIFO (*income increasing method*) menghasilkan tingkat *underpricing* yang lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat *underpricing* emiten yang menggunakan metoda akuntansi rata-rata (*income decreasing method*).

Perbedaan lainnya dengan penelitian Ali dan Hartono (2003) adalah pada sampel yang digunakan. Jika sampel pada penelitian terdahulu merupakan sampel acak, gabungan perusahaan manufaktur dan non manufaktur, maka pada penelitian

ini sampel yang digunakan adalah penawaran saham perdana perusahaan jasa yaitu industri sub sektor perdagangan, jasa dan investasi; sub sektor properti dan *real estate*; sub sektor keuangan; dan sub sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang *listing* pada tahun 2001-2010. Penulis memilih industri sektor tersebut karena merupakan industri jasa dan belum pernah diteliti.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diambil simpulan mengenai judul penelitian yang diambil:

”Pengaruh Metoda Akuntansi Penyusutan, Metoda Akuntansi Sediaan, dan Reputasi Auditor terhadap *Underpricing* - Studi pada Perusahaan Jasa yang *Go Public* 2001-2010”

1.2. Identifikasi Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan metoda akuntansi penyusutan terhadap tingkat *underpricing* penawaran saham perdana?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan metoda akuntansi sediaan terhadap *underpricing*?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan reputasi auditor terhadap *underpricing*?
4. Apakah terdapat pengaruh metoda akuntansi penyusutan, metoda akuntansi sediaan, dan reputasi auditor terhadap *underpricing* penawaran saham perdana secara simultan?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh metoda akuntansi penyusutan terhadap tingkat *underpricing* penawaran saham perdana.

2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh metoda akuntansi sediaan terhadap *underpricing*.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh reputasi auditor terhadap *underpricing*.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh metoda akuntansi penyusutan, metoda akuntansi sediaan, dan reputasi auditor terhadap *underpricing* penawaran saham perdana secara simultan.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Menambah pengetahuan Penulis mengenai *underpricing* pada penawaran saham perdana.
2. Memberikan informasi kepada perusahaan mengenai dampak metoda akuntansi, dan reputasi auditor terhadap *underpricing* pada penawaran saham perdana.
3. Memberikan tambahan informasi/referensi bagi peneliti lainnya dalam rangka pengembangan penelitian mengenai *underpricing* pada penawaran saham perdana.
4. Memberikan informasi bagi investor dalam mengambil keputusan ketika akan membeli saham perdana perusahaan.
5. Memberikan informasi bagi Bapepam mengenai pengungkapan metoda akuntansi pada prospektus dalam perannya sebagai pengawas pasar modal.
6. Memberikan informasi bagi penjamin emisi mengenai keputusan harga penawaran saham perdana yang akan ditetapkan.

7. Menambah pengetahuan bagi pihak lain mengenai *underpricing* penawaran saham perdana.