

# UNDERPRICING PERUSAHAAN IPO DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2015-2017 DITINJAU DARI REPUTASI UNDERWRITER, UMUR PERUSAHAAN DAN UKURAN PERUSAHAAN

Gde Herry Sugiarto Asana<sup>1</sup>

Ketut Hery Sony Pratama<sup>2</sup>

(Universitas Triatma Mulya)

<sup>1</sup>herry.sugiarto@triatmamulya.ac.id

## Abstract

*Various ways can be done by companies to fulfill their capital needs in order to develop the company to be greater. This study aims to determine the effect of underwriter reputation, company age, and company size on underpricing of IPO companies on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2017. The population of this research were companies that conduct IPOs in the period 2015-2017 on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The sampling method used in this study was purposive sampling with a total sample of 49 companies. The data used in this study was secondary data obtained from the company's prospectus. The analytical method used in this study was multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the reputation of the underwriter does not affect underpricing, the age of the company does not affect underpricing, and the size of the company influences underpricing.*

**Keywords:** Underpricing, Underwriter, Age, Size

## I. PENDAHULUAN

Penawaran saham pertama kali atau acap kali biasa disebut penawaran perdana atau IPO adalah kondisi saham suatu entitas pertama kali ditawarkan pada publik untuk dilepas atau diperjualbelikan. Penjualan IPO ini bertujuan memberi dana segar pada perusahaan tanpa terbebani bunga, berbeda halnya dengan mengeluarkan obligasi atau meminjam uang di bank. Dalam penawaran IPO ini ada berbagai kondisi menarik yang terjadi yaitu *underpricing* dan *overpricing*. Kondisi jika harga saham dipasar sekunder lebih tinggi dibandingkan dengan harga saham IPO di hari pertama adalah kondisi yang disebut dengan *underpricing*. Namun, jika kondisi harga di pasar sekunder lebih tinggi dibandingkan penawaran harga saham perdana / IPO maka kondisi ini disebut dengan gejala *overpricing*. *Underpricing* merupakan kondisi yang terjadi jika perusahaan calon dan penjamin emiten mengadakan kesepakatan penentuan efek akan tetapi memiliki kepentingan yang jauh berbeda. Apabila penawaran IPO mengalami kondisi *underpricing* artinya dana dari publik tidak didapatkan dengan maksimal, bahkan sebaliknya investor bisa saja mengalami kerugian karena tidak mendapatkan *initial return*.

Penjamin emisi (*underwriter*) adalah perusahaan sekuritas, dimana perusahaan ini membuat perikatan dengan emiten agar dapat melakukan penawaran umum yang akan menguntungkan emiten (Darmadji dan Fakhruddin, 2012). *Underwriter* memiliki fungsi untuk mengatur persiapan yang dibutuhkan dimulai dari menyusun dokumen penawaran, dokumen pendukung, dan prospectus. Selain itu, *underwriter* juga harus menjamin penawaran efek di pasar modal (Sunariyah, 2011). *Underwriter* memiliki peranan penting dalam menentukan *underpricing* saat penawaran saham perdana tersebut (Bakar dan Uzaki, 2014). Pemilihan *underwriter* yang memiliki reputasi baik di kalangan investor menjadi salah satu cara perusahaan untuk meminimalisir terjadinya *underpricing*, karena dengan menggunakan *underwriter* yang memiliki reputasi tinggi di kalangan investor maka dapat menambah kepercayaan investor dan dapat meminimalisir tingkat *underpricing* yang terjadi.

Tidak hanya reputasi *underwriter* yang sering diperhatikan oleh investor, tapi umur dan ukuran perusahaan juga bisa menambah kepercayaan investor terhadap suatu perusahaan. Kemampuan *going concern* perusahaan terlihat

dari umur perusahaan dan penerimaan informasi yang bisa di serap oleh perusahaan tersebut dan itu bisa mempengaruhi tingkat *underpricing* yang terjadi. Jika investor memiliki informasi yang lebih banyak hal yang terjadi adalah investor dapat lebih yakin mengenai kondisi perusahaan ke depannya. Ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari total aset perusahaan. Menurut Saputra dan Suaryana (2016), kondisi *underpricing* berbanding terbalik dengan ukuran perusahaan artinya perusahaan yang besar biasanya tingkat *underpricing*-nya lebih rendah dibandingkan perusahaan yang ukurannya lebih kecil. Perusahaan dikatakan telah mencapai siklus dewasa ketika perusahaan tersebut memiliki total aset yang besar dan arus kas perusahaan dipastikan positif sehingga dianggap memiliki prospek yang lebih baik dengan jangka waktu relatif lama dan lebih stabil dibandingkan perusahaan dengan total aset yang lebih kecil. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar biasanya memiliki tingkat kepastian yang lebih baik dibandingkan perusahaan dengan ukuran yang lebih kecil sehingga secara tidak langsung ukuran perusahaan yang lebih besar dapat mengurangi ketidakpastian dalam investasi IPO. Dengan demikian, besar kecilnya perusahaan sangat mempengaruhi terjadinya *underpricing* yang terjadi. Berdasarkan pemaparan masalah tersebut maka dapat dirumuskan pokok permasalahan, yaitu apakah reputasi *underwriter*, umur perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* pada perusahaan IPO di BEI tahun 2015-2017.

## II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Teori Asimetri

Informasi yang tidak simetris merupakan perbedaan informasi yang di dapat antara salah satu pihak dengan pihak lainnya. Widayani (2013) menyatakan asimetris informasi mempengaruhi terjadinya *underpricing*, ini juga dibuktikan oleh beberapa penelitian yang menyimpulkan bahwa *underpricing* terjadi karna adanya asimetris informasi antara emiten, *underwriter* dan investor. *Initial Public Offering (IPO)*

Penawaran perdana atau lebih dikenal dengan nama IPO (atau *Initial public offering*) merupakan kondisi dimana saham diperjualbelikan pada publik untuk pertama kalinya. Sebelum melakukan IPO, perusahaan emiten melakukan prospektus atau menyebarkan informasi mengenai perusahaan secara detail kepada publik. Propektus memiliki fungsi memberikan informasi keuangan maupun nonkeuangan kepada para calon investor, dengan adanya informasi dalam propektus maka investor akan mengetahui prospek perusahaan dimasa mendatang.

### *Underpricing*

Kondisi dimana harga saham pada penawaran perdana lebih rendah dibandingkan harga pasar saat diperdagangkan di pasar sekunder disebut dengan *Underpricing*. Istilah ini biasa digunakan untuk perusahaan *go public* baru yang berada dibawah harga saham pada saat diperdagangkan pada hari pertama *listing* (Dimovski & Brooks, 2008).

### Umur Perusahaan

Kemampuan perusahaan untuk bertahan hidup dan kompleksitas informasi yang dapat diterima oleh publik mengindikasikan umur sebuah perusahaan. Pada saat kondisi normal, perusahaan yang telah mencapai siklus dewasa akan memiliki pengungkapan yang lebih luas pada masyarakat dibandingkan perusahaan baru yang masih berada pada siklus berkembang. Calon investor tidak perlu mengeluarkan biaya yang lebih banyak untuk memperoleh informasi dari perusahaan yang melakukan IPO tersebut.

### Ukuran Perusahaan

Suatu perusahaan akan bertahan lebih lama jika memiliki skala ekonomi yang lebih tinggi. Proksi ketidakpastian tersebut tercermin dalam ukuran suatu perusahaan, alasannya perusahaan dengan skala yang lebih besar lebih dikenal dihadapan publik dibandingkan perusahaan dengan skala yang lebih kecil. Karena hal tersebut kondisi yang akan terjadi adalah informasi oleh perusahaan yang lebih besar lebih dikenal dan lebih banyak beredar dikalangan masyarakat dibandingkan perusahaan yang berukuran kecil.

## Kajian Empiris

Penelitian yang mengambil topik tentang faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh pada *underpricing* telah banyak dilakukan salah satunya adalah penelitian milik Putra (2017) dengan judul penelitiannya “Pengaruh Reputasi *Underwriter*, Ukuran Perusahaan dan Jenis Industri Terhadap *Underpricing* Saat IPO di BEI” penelitiannya menggunakan variabel terikat *underpricing* sedangkan variabel bebasnya memakai reputasi *underwriter*, ukuran perusahaan, dan jenis industri. Penelitian memperoleh hasil reputasi *underwriter* & ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap *underpricing*, sedangkan jenis industri tidak memiliki pengaruh terhadap *underpricing*.

Penelitian yang dilakukan Azhar (2018) mengangkat fenomena *underpricing* dengan judul penelitiannya “Pengaruh Fenomena *Underpricing* Saham Yang Dipengaruhi faktor internal (Pada Perusahaan *Go public* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”. Penelitian menguji pengaruh variabel bebas persentase saham yang ditawarkan, ROE, dan umur perusahaan terhadap variabel terikat *underpricing* serta memperoleh hasil bahwa persentase saham yang ditawarkan memiliki pengaruh searah yang artinya semakin banyak persentase saham yang ditawarkan maka semakin tinggi *underpricing* atau bisa dikatakan berpengaruh positif terhadap *underpricing*, sedangkan pengaruh yang ditunjukkan oleh variabel ROE terhadap *underpricing* adalah negatif dan signifikan, dan variabel bebas terakhir adalah umur perusahaan, pengaruh umur perusahaan terhadap *underpricing* menunjukkan arah negatif.

Penelitian mengenai “Pengaruh Reputasi *Underwriter*, Size Dan Usia Perusahaan Pada Penentuan Harga IPO” dilakukan oleh Murtini (2015). Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh negatif terhadap *underpricing*, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing* sedangkan usia perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*. Variabel terikat yang digunakan adalah *underpricing* sedangkan variabel bebasnya yaitu reputasi *underwriter*, umur perusahaan, dan ukuran perusahaan.

## Hipotesis

Berdasarkan pokok permasalahan, landasan teori, dan kajian empiris yang telah diuraikan, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1) Pengaruh reputasi *underwriter* terhadap *underpricing*

Bakar dan Uzaki (2014) menyatakan bahwa *underwriter* berperan penting dalam penentuan *underpricing* IPO. Reputasi searah dengan kualitas penjaminan, sehingga dengan kualitas penjaminan yang semakin baik dari *underwriter* bereputasi tinggi dapat meminimalisir terjadinya *underpricing*. Kristiantari (2012) memperoleh hasil penelitian bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh negatif terhadap *underpricing*. H1: Reputasi *underwriter* berpengaruh negatif terhadap *underpricing*.

### 2) Pengaruh umur perusahaan terhadap *underpricing*

Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa lama perusahaan dapat bertahan dan bersaing adalah umur perusahaan. Perusahaan dengan umur perusahaan yang lebih lama memiliki kecenderungan melakukan pengungkapan informasi lebih banyak dibandingkan perusahaan baru. Hal tersebut dapat membantu investor mengurangi ketidakpastian informasi dalam penentuan harga IPO. Penelitian marofen (2015) menemukan kesimpulan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing*.

H2: Umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing*.

### 3) Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *underpricing*

Perusahaan berskala besar memiliki ketidakpastian yang rendah dalam menjalankan bisnisnya karena didukung oleh aset yang besar. Penekanan ketidakpastian akan membantu investor dalam mengantisipasi terjadinya *underpricing*. Gumanti (2015) menyatakan perusahaan yang memiliki aset yang besar memiliki kemampuan untuk mengantisipasi resiko, sehingga potensi terjadinya *underpricing* dapat diantisipasi.

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing*.

### III. METODE PENELITIAN

#### Desain Penelitian

Desain penelitian ini dimulai dari latar belakang masalah, dimana latar belakang masalah membentuk suatu rumusan masalah. Rumusan masalah tersebut kemudian dikaji dengan kajian teoritis dan kajian empiris yang selanjutnya membentuk suatu hipotesis atau jawaban sementara dari rumusan masalah tersebut. Setelah hipotesis dirumuskan, kemudian melakukan pengumpulan data, data yang telah terkumpul tersebut akan dilakukan uji dengan teknik analisis data, dari teknik analisis data ini akan mendapatkan hasil penelitian. Hasil penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah tersebut.

#### Populasi dan Sampel

Perusahaan di BEI periode tahun 2015-2017 digunakan sebagai populasi di dalam penelitian ini. Selama periode 2015-2017 tercatat sebanyak 67 perusahaan melakukan IPO di BEI.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan pada penelitian ini adalah metode *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Sampel merupakan perusahaan-perusahaan yang melakukan *initial public offering* dan *listing* di BEI periode tahun 2015-2017.
- 2) Perusahaan tersebut tidak mengalami *delisting*.
- 3) Perusahaan tersebut mengeluarkan prospektus dan dipublikasikan.
- 4) Saham perusahaan tersebut mengalami *underpricing*.

Berdasarkan teknik penentuan data tersebut maka jumlah perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah 49 perusahaan amatan.

#### Teknik Pengumpulan Data

Metode observasi non partisipan digunakan sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini, hal ini dilakukan dengan cara pengamatan tanpa perlu terlibat secara langsung hanya bersikap mengamati. Pengumpulan data dengan metode ini dilakukan dengan cara mencatat data-data dari laporan perusahaan yang ada, arsip-arsip yang tersedia, dan sumber lainnya seperti TICM, BEI, internet serta sumber lainnya yang berhubungan.

#### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Teknik ini berfungsi untuk mengolah data dengan tujuan memperoleh jawaban atas rumusan masalah yang telah dipaparkan mengenai pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel independen terhadap variabel independen dalam penelitian ini, sehingga nanti hasilnya dapat diterapkan, dikembangkan, dan dijustifikasikan sesuai kebutuhan peneliti. Peneliti menggunakan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) 17.0 dalam pengolahan datanya.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Statistik Deskriptif

Berikut analisis statistik deskriptif yang disajikan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

|                      | N  | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
|----------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
| Reputasi Underwriter | 49 | 0       | 1       | .20     | .407           |
| Umur Perusahaan      | 49 | 2       | 65      | 18.02   | 14.342         |
| Ukuran Perusahaan    | 49 | 23.39   | 29.39   | 27.1157 | 1.44348        |
| Underpricing         | 49 | .01     | .70     | .3655   | .27589         |
| Valid N (listwise)   | 49 |         |         |         |                |

Sumber : Data diolah, 2019

#### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Data dalam penelitian ini berdistribusi normal diketahui dari nilai signifikansinya sebesar 0,806 lebih besar dari 0,05 seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

|                        | Unstandardized Residual |
|------------------------|-------------------------|
| Kolmogorov-Smirnov Z   | .641                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .806                    |

Sumber : Data diolah, 2019

### Uji Multikolinearitas

Seluruh variabel bebas yang ada dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas dibuktikan dengan semua variabel bebas mempunyai nilai *Tolerance*  $\geq 0,10$  dan nilai *VIF*  $\leq 10$  seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

| Model                | t      | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|----------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|                      |        |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)         | 4.094  | .000 |                         |       |
| Reputasi Underwriter | 1.941  | .058 | .996                    | 1.004 |
| Umur Perusahaan      | .284   | .777 | .951                    | 1.052 |
| Ukuran Perusahaan    | -3.576 | .001 | .949                    | 1.054 |

Sumber :Data diolah, 2019

### Uji Heteroskedastisitas

Model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dibuktikan oleh hasil uji heteroskedastisitas yang menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 seperti pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Model                | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                      | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)         | .072                        | .335       |                           | .214  | .832 |
| Reputasi Underwriter | .016                        | .043       | .055                      | .369  | .714 |
| Umur Perusahaan      | .000                        | .001       | -.070                     | -.463 | .646 |
| Ukuran Perusahaan    | .005                        | .012       | .062                      | .409  | .684 |

Sumber :Data diolah, 2019

### Analisis Regresi Linear berganda

Untuk mengetahui besarnya dan arah pengaruh variabel independen (yaitu reputasi *underwriter*, umur perusahaan dan ukuran perusahaan) terhadap variabel dependen (yaitu *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO

di BEI periode 2015-2017) teknik yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 17.0 *for windows*. Hasil regresi linear berganda untuk penelitian ini dapat dilihat dalam Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear berganda

| Model |                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |                      | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)           | 2.752                       | .672       |                           | 4.094  | .000 |
|       | Reputasi Underwriter | .169                        | .087       | .249                      | 1.941  | .058 |
|       | Umur Perusahaan      | .001                        | .003       | .037                      | .284   | .777 |
|       | Ukuran Perusahaan    | -.090                       | .025       | -.470                     | -3.576 | .001 |

Sumber : Data diolah, 2019

Peneliti menggunakan program SPSS 17.00 *for windows* untuk memperoleh hasil analisis data dan ditampilkan pada Tabel 5 maka dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut ini.

$$Y = 2.752 + 0.169X_1 + 0.001X_2 - 0,090X_3 + e \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

- Y = *Underpricing*
- X1 = Reputasi *Underwriter*
- X2 = Umur Perusahaan
- X3 = Ukuran Perusahaan

### Uji Statistik F (Uji Kelayakan Model)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05.

Tabel 6. Hasil Uji Kelayakan Model

| Model        | Sum of Squares | Df | Mean Square | F     | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 Regression | .963           | 3  | .321        | 5.367 | .003 <sup>a</sup> |
| Residual     | 2.691          | 45 | .060        |       |                   |
| Total        | 3.653          | 48 |             |       |                   |

Sumber : Data diolah, 2019

Hasil pengujian pada Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai signifikansi berada di bawah 0,05 yaitu 0,003. Hal ini berarti bahwa reputasi *underwriter*, umur perusahaan, dan ukuran perusahaan, secara bersama-sama berpengaruh terhadap *underpricing*

### Uji Statistik t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05.

Tabel 7. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Model                | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                      | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant)         | 2.752                       | .672       |                           | 4.094  | .000 |
| Reputasi Underwriter | .169                        | .087       | .249                      | 1.941  | .058 |
| Umur Perusahaan      | .001                        | .003       | .037                      | .284   | .777 |
| Ukuran Perusahaan    | -.090                       | .025       | -.470                     | -3.576 | .001 |

Sumber :Data diolah, 2019

### Pengaruh reputasi *underwriter* terhadap *underpricing*

Pengaruh variabel reputasi *underwriter* menunjukkan nilai sebesar 0,169 dengan tingkat sig. 0,058 dan ditunjukkan pada Tabel 7 yang artinya diterima dan H1 ditolak. Hasil signifikansi 0,058 berdasarkan Tabel 7 menunjukkan lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  yang memperkuat bahwa pengaruh reputasi *underwriter* terhadap *underpricing* tidak signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa reputasi *underwriter* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

### Pengaruh umur perusahaan terhadap *underpricing*

Berdasarkan Tabel 7 terlihat bahwa besar nilai koefisien regresi variabel umur perusahaan adalah sebesar 0.001 dengan taraf signifikansi sebesar 0.777. Hasil signifikansi tersebut menunjukkan bahwa taraf signifikansi variabel umur perusahaan lebih besar dari taraf  $\alpha = 0,05$ , maka H0 diterima dan H1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

### Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *underpricing*

Pengaruh variabel ukuran perusahaan pada Tabel 7. Menunjukkan besaran koefisien regresi yaitu 0,090 dengan nilai signifikansi 0,001. Hal ini berarti bahwa pengaruh yang ditunjukkan oleh ukuran perusahaan terhadap *underpricing* adalah positif dan signifikan, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Hasil ini memberikan bukti atas rumusan masalah dan hipotesis yang telah dipaparkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *underpricing*.

### Koefisien Determinasi (*adjusted R2*)

Nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan hasil *adjusted R2* bukan *R square* dari model regresi karena *R square* bias terhadap jumlah variabel dependen yang dimasukkan ke dalam model, sedangkan *adjusted R square* dapat naik turun jika suatu variabel independen ditambahkan dalam model (ghozali, 2011:97). Nilai *adjusted* yang diperoleh pada Tabel 8 adalah sebesar 0,214. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi besarnya pengaruh variabel bebas, yaitu reputasi *underwriter*, umur perusahaan dan ukuran perusahaan adalah sebesar 21,4% dan sisanya 78,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 8.

Hasil Uji koefisiensi Determinasi

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .513 <sup>a</sup> | .264     | .214              | .24453                     |

Sumber :Data diolah, 2019

### Pengaruh Reputasi *Underwriter* terhadap *Underpricing*

Reputasi *underwriter* tidak mempengaruhi *underpricing* merupakan hasil pengaruh parsial dalam penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh negatif terhadap *underpricing* ditolak. Hal ini terjadi dikarenakan pasar modal di Indonesia belum dapat mempercayai kualitas dari *underwriter*. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Widayani (2013) dan Adhiati (2014).

### **Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Underpricing**

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing*. Bagi para investor di Indonesia umur perusahaan tidak bisa menjadi penjamin untuk melihat kestabilan perusahaan, hal merupakan alasan secara parsial umur perusahaan tidak berpengaruh pada *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayuwardani (2018) dan Murtini (2015).

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Underpricing**

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa H3 yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing* diterima. Penelitian Elizabeth (2015) dan Putro (2017) memperkuat hasil penelitian ini, penelitian keduanya menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing*.

## **V. SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hipotesis, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

- 1) Reputasi *underwriter* tidak berpengaruh terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO pada tahun 2015-2017.
- 2) Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO pada tahun 2015-2017.
- 3) Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO pada tahun 2015-2017.

### **Saran**

Saran-saran yang dapat disampaikan berdasarkan simpulan yang telah dipaparkan sebelumnya adalah sebagai berikut:

- 1) Pertimbangan mengenai ukuran perusahaan dapat dilakukan oleh Investor atau calon investor saat pengambilan keputusan pada pe-

rusahaan yang melakukan IPO, karena berdasarkan penelitian ini ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing*. Selain ukuran perusahaan, investor maupun calon investorsebaiknya juga memperhatikan variabel-variabel lainnya, seperti *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE) untuk mengetahui prospek perusahaan.

- 2) Bagi pihak manajemen perusahaan agar lebih memperhatikan ukuran perusahaan khususnya bagian total aset. Dengan memperhatikan total aset diharapkan manajemen perusahaan dapat memaksimalkan dana yang diperoleh dengan melakukan IPO dan juga dapat meminimalisir terjadinya *underpricing*.

### **Daftar Pustaka**

- Adhiati, Ajeng Hapsari. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat *Underpricing* Pada Perusahaan Yang Melakukan Penawaran Saham Perdana Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013.
- Ayuwardani, Rizky Primadita. 2018. Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap *Underpricing* Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan *Initial Public Offering* (Studi Empiris Perusahaan *Go Public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 7.1.
- Azhar, Nabilla Khaira. 2018. Pengaruh Fenomena *Underpricing* Saham Yang Dipengaruhi Faktor Internal (Pada Perusahaan *Go Public* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). Perpustakaan Universitas Syiah Kuala 2015.
- Bakar, Nashirah Binti Abu, and Kiyotaka Uzaki. 2014. the Impact of *Underwriter* Reputation and Risk Factors on the Degree of *Initial Public Offering Underpricing*: Evidence from Shariah-Compliant Companies. *The IAFOR Journal of Business and Management*, 1.

- Darmadji, Tjiptono dan Hendy M. Fakhrudin. 2012. *Pasar Modal di Indonesia Pendekatan Tanya Jawab*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Dimovski, William, Simmala Philavanh, and Robert Brooks. 2008. *Underwriter Reputation and Underpricing: Evidence from the Australian IPO Market*. *Rev Quant FinanAcc*, 37, pp: 409-426.
- Elizabeth, Cynthia. 2015. Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Tingkat *Underpricing* Saham Pada Saat *Initial Public Offering* (IPO)(studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2009-2013). *eProceedings of Management 2.2*.
- Ghozali, Imam. 2011. Analisis Multivariate Program IBM SPSS 19. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Gumanti, TatangAry, Nurhayati, and YeniMaulidia. 2015. Determinants of *Underpricing* in Indonesian Stock Market. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(8).pp: 802-806.
- Kristiantari, I.D.A. 2012. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Underpricing* Saham pada Penawaran Saham Perdana Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 2(2), h: 3-109
- Marofen, Ramadani. 2015. Pengaruh Reputasi *Underwriter*, *Listing Delay*, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Financial Leverage Terhadap *Underpricing* Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan IPO Di BEI Tahun 2009-2013). *eProceedings of Management 2.1*.
- Murtini, Umi. 2015. Pengaruh Reputasi *Underwriter*, size dan Usia Perusahaan Pada Penentuan Harga IPO. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 11.2 (2015): 137-146.
- Putra, I. Putu Eddy Pratama. 2017. Pengaruh Reputasi *Underwriter*, Ukuran Perusahaan, dan Jenis Industri Terhadap *Underpricing* Saat IPO Di BEI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6. No. 1.Hal.492-520.
- Putro, Herbnu. 2017. Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham Yang Ditawarkan, Earning Per Share, Dan Kondisi Pasar Terhadap *Underpricing* Saham Pada Saat *Initial Public Offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2012-2015. *Jurnal Profita* Edisi 3.
- Saputra, Anom Cahaya, dan I G. N. Suaryana. 2016. Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, *Return On Assets* dan Financial Leverage pada *Underpricing* Penawaran Umum Perdana. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 15(2), h: 1201-1227.
- Sunariyah.2011. *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*. Edisi Keenam. Yogyakarta : STIM YKPN.
- Widayani, Ni Luh Ulansari Manikan. 2013. Tingkat *Underpricing* dan Reputasi *Underwriter*.*E-Jurnal Akuntansi*.Hal.159-176.