

Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Underpricing Saham pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering (IPO) di BEI Periode 2019-2021 (Studi Kasus pada Emiten Sektor Barang Konsumsi Primer)

Achmad Deni Tri Setya Putra¹, Hari Setiono², Nur Ainiyah³, Hartono⁴

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Majapahit

Email : tribetul8887@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the factors that influence stock underpricing of IPO companies on the IDX in the primary consumer goods sector. The population in this study were 34 IPO companies in the primary consumer goods sector. This research is a quantitative research using primary data obtained from the official idx website. The statistical data value analysis technique used in this study is multiple linear regression. The results of this study indicate that company age, underwriter reputation and auditor reputation have no significant effect on underpricing. The results of this research analysis show that there are 2 influential variables, namely the firm age variable which has a significant value of 0.027 (<0.05). the Underwriter's Reputation variable has a Significant value of 0.018 (<0.05). And 1 variable that has no effect, namely the Auditor's Reputation variable has a Significant value of 0.238 (<0.05).*

Keywords: *investment plan, financial education, investment motivation, stock management behavior.*

Abstrak. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis faktor faktor yang mempengaruhi underpricing saham pada perusahaan IPO di BEI pada sektor barang konsumsi primer. Populasi pada penelitian ini adalah 34 perusahaan IPO di sektor barang konsumsi primer. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari website resmi idx. Teknik analisis nilai data statistik yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Umur Perusahaan, Reputasi Underwriter, Reputasi Auditor tidak berpengaruh signifikan terhadap Underpricing. Hasil analisis penelitian ini terdapat 2 variabel yang berpengaruh yaitu variabel Umur Perusahaan memiliki nilai Signifikan sebesar 0,027 (< 0,05). variabel Reputasi Underwriter memiliki nilai Signifikan sebesar 0,018 (< 0,05). Dan 1 variabel yang tidak berpengaruh yaitu variabel Reputasi Auditor memiliki nilai Signifikan sebesar 0,238 (< 0,05).

Kata Kunci : rencana investasi, edukasi keuangan, motivasi investasi, perilaku manajemen saham.

PENDAHULUAN

Pesatnya pertumbuhan ekonomi di dunia bisnis juga diiringi dengan persaingan yang sangat ketat, kalau ingin mampu bertahan dan bersaing di dunia bisnis. Perusahaan harus mampu menawarkan modal yang dibutuhkan untuk kelangsungan ketahanan perusahaannya. Salah satu cara yang dapat mendukung perusahaan untuk memenuhi kebutuhan keuangannya, adalah dengan menerbitkan saham nya ke pasar modal. Kegiatan ini dikenal dengan istilah penawaran perdana atau initial publik offering atau IPO.

Alasan Penulis Memilih Studi Kasus pada emiten sektor barang konsumen primer dikarenakan pada tahun 2019-2021 dunia sedang dilanda bencana COVID-19 yang membuat seluruh perekonomian di dunia mengalami kendala yang cukup berat, kesulitan akibat

pandemi COVID-19, akan tetapi di lansir dari laman https://carisaham.com/sektor/kriteria/covid19_survivor/3/9 masih ada beberapa perusahaan yang menorehkan hasil yang positif salah satunya dari sektor barang konsumsi primer, ini membuat penulis tertarik memilih emiten sektor barang konsumen primer untuk dijadikan penelitian saat mereka melakukan IPO di masa COVID 19.

IPO itu pada dasarnya ialah tata cara penambahan modal yang dilakukan oleh emiten besar, yang emiten tersebut akan memperdagangkan sahamnya ke masyarakat umum untuk pertama dalam sejarah emiten tersebut. Sehabis IPO, saham emiten diperjual belikan di pasar modal, IPO tentunya akan menambah modal belanja perusahaan dan memberi likuiditas untuk pendiri emiten dan investor pertama.

Saat IPO, emiten akan melakukan penjualan saham di pasar perdana terlebih dahulu setelah itu saham – saham akan di perdagangkan di pasar sekunder, jika harga saham di pasar sekunder lebih rendah dibandingkan di pasar sekunder maka inilah yang dinamakan Underpricing, atau Underpricing bisa juga dikatakan selisih positif antara harga saham di pasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana, contoh : harga saham yang dimiliki oleh emiten A dipasar perdana adalah 100 dan harga saham emiten A dipasar sekunder adalah 150 maka, $150-100$ hasilnya ialah 50, ini adalah rumus initial return, Jika lebih besar dari 0 maka emiten tersebut dikatakan underpricing, dan jika lebih kecil dari 0 emiten tersebut tidak masuk kategori underpricing. (Muhamad Dery Fazri 2011).

Sebuah kondisi dimana rata rata harga saham suatu emiten saat IPO lebih rendah dari pada harga saat di pasar modal, istilah inilah yang dinamakan *Underpricing*. Kerugian dari sisi perusahaan merupakan akibat dari *Underpriced* yang cukup tinggi, sehingga emiten tidak bisa mendapatkan modal atau dana secara maksimal. Ketika banyak emiten mengalami Underpricing ketika IPO, maka akan menjadi sebuah Fenomena Underpricing, tetapi ketika emiten mengalami overpricing para investor bisa merugi sebab, initial return yang merupakan tujuan utama saat pembelian saham yang mereka lakukan tidak akan mereka dapatkan.

Fenomena Underpricing akan menjadi sinyal yang positif untuk para investor yang menjadikan mereka untuk memperoleh initial return yang merupakan tujuan utama mereka melakukan perdagangan saham, yang akan mereka dapatkan dari periode penawaran sampai ke periode penutupan saat hari perdana. Underpricing meskipun sepertinya akan membuat

suatu emiten mengalami kerugian, akan tetapi underpricing dapat menguntungkan bagi suatu emiten tersebut dikarenakan, semua sahamnya akan laku terjual habis.

Dalam proses go public, sebelum saham diperdagangkan di pasar sekunder (bursa efek), terlebih dahulu saham perusahaan yang akan go public dijual di pasar perdana. Underpricing juga dipengaruhi oleh beberapa faktor tetapi penulis hanya memakai 3 faktor saja, yakni : Reputasi underwriter, Umur perusahaan, Reputasi auditor. Kenapa penulis hanya memakai 3 faktor tersebut, karena penulis memilih menggunakan beberapa indikator-indikator yang menurut penulis adalah yang paling gampang untuk di terapkan.

Menurut Daljono (2000) dalam Puspita (2011), umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan. Semakin lama umur perusahaan, maka semakin banyak informasi yang telah diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut. Dengan demikian akan mengurangi adanya asimetri informasi dan memperkecil ketidakpastian di masa yang akan datang. Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan telah menjalankan usahanya sehingga berpengaruh pada tingkat pengalaman yang dimilikinya dalam menghadapi persaingan.

Underwriter adalah pihak yang membuat kontrak dengan emiten untuk melakukan penawaran umum bagi kepentingan emiten dengan atau tanpa kewajiban untuk membeli sisa efek yang tidak terjual. Underwriter dalam hal ini memperoleh informasi lebih baik mengenai permintaan saham-saham emiten, dibandingkan emiten itu sendiri.

LANDASAN TEORI

Teori Principal Agent

Principal Agent merupakan sebuah teori yang membahas mengenai masalah asimetri informasi yang terjadi antara emiten dan underwriter. Di mana, kedua pihak tersebut memiliki tujuan atau kepentingan yang berbeda terkait dengan proses penentuan harga penawaran IPO . Tujuan dari teori agensi adalah pertama, untuk meningkatkan kemampuan individu (baik prinsipal maupun agen) dalam mengevaluasi lingkungan dimana keputusan harus diambil (The belief revision role). Kedua, untuk mengevaluasi hasil dari keputusan yang telah diambil guna mempermudah pengalokasian hasil antara prinsipal dan agen sesuai dengan kontrak kerja (The performance evaluation role). Secara garis besar teori

agensi dikelompokkan menjadi dua yaitu positive agency research dan principal agent research. Positive agent research memfokuskan pada identifikasi situasi dimana agen dan prinsipal mempunyai tujuan yang bertentangan dan mekanisme pengendalian yang terbatas hanya menjaga perilaku self serving agen.

Teori Signalling

Teori signal ini pertama kali dikembangkan oleh Ross tahun 1977. Dalam membangun teori signal berdasarkan adanya informasi asimetris antara informasi yang berasal dari manajemen (well-informed) dan informasi yang berasal dari pemegang saham (poo informed). Teori ini berdasarkan pemikiran bahwa manajemen akan memberikan informasi kepada investor atau pemegang saham ketika mendapatkan informasi yang baik yang berkaitan dengan perusahaan seperti peningkatan nilai perusahaan. Akan tetapi, investor tidak mempercayai informasi tersebut karena para manajer dianggap memiliki kepentingan tersendiri/interest party, sehingga perusahaan yang memiliki nilai tinggi akan melakukan signaling terhadap kebijakan keuangan perusahaan dan hal ini berbeda dengan perusahaan yang memiliki nilai rendah.

Teori Informasi Asimetri

Asymetry Information Theory adalah suatu keadaan dimana terdapat informasi yang tidak sama atau seimbang baik dari segi kualitas maupun kuantitas, antara informasi yang dimiliki oleh pihak dalam perusahaan (emiten) dan pihak luar (investor). Menurut Baron (2009), asimetri informasi disebabkan adanya perbedaan informasi yang dimiliki oleh pihak-pihak yang terlibat dalam penawaran perdana emiten dan underwriter. Underwriter memiliki informasi yang lebih baik tentang pasar modal, sedangkan pihak emiten merupakan pihak yang tidak memiliki informasi tentang pasar modal sehingga apabila di antara mereka tidak memiliki informasi yang lengkap maka akan terjadi perbedaan harga. Perbedaan harga di kedua pasar tersebut mestinya dapat dihindarkan apabila penentu harga di kedua pasar memiliki informasi yang sama.

Teori asimetri mengatakan bahwa pihak-pihak yang berkaitan dengan perusahaan tidak mempunyai informasi yang sama mengenai prospek dan resiko perusahaan, pihak tertentu mempunyai informasi yang lebih baik dibanding pihak lainnya. Manajer biasanya memiliki informasi yang lebih baik dibandingkan dengan pihak luar (seperti investor). Karna itu bisa dikatakan terjadi asimtri informasi antara manajer dan investor. Investor yang merasa mempunyai informasi yang lebih sedikit, akan berusaha menginterpretasikan perilaku manajer

(Hanafi, 2005). Menurut Hanafi (2005) ada asimetri informasi antara manajer dengan pihak luar. Manajer mempunyai informasi yang lebih lengkap mengenai kondisi perusahaan dibandingkan dengan pihak luar. Pada saat harga saham menunjukkan nilai yang terlalu tinggi (overvalue), manajer akan cenderung mengeluarkan saham (memanfaatkan harga yang tinggi). Tentunya pihak luar (pasar) tidak mau ditipu. Karna itu pada saat penerbitan saham baru diumumkan, harga akan jatuh karna pasar menginterpretasikan bahwa harga saham sudah overvalue. Teori tersebut bisa menjelaskan fenomena jatuhnya harga saham pada saat terjadi pengumuman penebitan saham baru, yang sering dijumpai.

IPO

IPO atau yang lebih sering dikenal sebagai *Initial Public Offering* Adalah sebuah proses yang dilalui bagi setiap perusahaan yang akan memperjualbelikan lembar saham kepemilikan perusahaannya kepada masyarakat Indonesia. Secara mudahnya IPO terjadi pada hari sebelum diresmikannya penjualan saham di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan demikian IPO dapat di ibaratkan penjualan untuk penawaran awal sebuah perusahaan yang akan memiliki status Tbk.

Underpricing

Underpricing adalah suatu keadaan dimana harga saham yang ditawarkan di pasar perdana lebih rendah dibandingkan ketika ditawarkan di pasar sekunder. Menurut Jogiyanto (2010) underpricing merupakan fenomena harga rendah terjadi karena penawaran perdana ke publik yang secara rerata murah. dalam teori signaling dijelaskan bahwa emiten justru sengaja menekan harga penawaran serendah mungkin untuk memberikan sinyal kualitas mereka kepada investor. Tujuannya agar investor menilai perusahaan memiliki kualitas yang baik karena hanya perusahaan berkualitas yang mampu menutup kerugian akibat underpricing dengan realisasi kinerja yang baik di masa depan (Allen & Faulhaber, 1989).

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untu menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Penelitian ini termasuk di dalam jenis pengujian hipotesis yaitu asosiatif. Penelitian asosiatif, yaitu suatu pernyataan penelitian yang bersifat antara dua variabel atau lebih (Sujarweni 2015). Dalam penelitian ini, variabel yang terlibat adalah Reputasi Underwriter, Reputasi Auditor dan Umur Perusahaan.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan orang, kejadian atau sesuatu yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian dengan memiliki karakteristik tertentu (Marlinda & Yulia, 2020) Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan yang melakukan IPO di BEI periode tahun 2019-2021 yang berjumlah 159 perusahaan.

Sampel adalah bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Yasin, 2018). Metode Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono, (2016). Alasan menggunakan teknik purposive sampling ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut Sugiyono, (2016). Sampel dihitung menurut standard dimana telah ditentukan dan hasilnya ialah 34 perusahaan selama periode 2019-2021, sehingga total ada 34 perusahaan yang memenuhi standar di atas sebagai sampel penelitian.

Instrumen Penelitian

Penggunaan instrumen yang dimanfaatkan peneliti diantaranya: 1) Dokumentasi, Dokumentasi merupakan teknik akuisisi data di mana informasi diperoleh dari sumber-sumber online. Data yang diambil adalah data keuangan perusahaan yang tercatat dalam laporan tahunan yang tersedia di situs <http://www.idx.co.id>. 2) Tinjauan Literatur, Studi ini bertujuan untuk mengumpulkan, menghimpun bentuk data melalui jurnal, laporan, maupun arsip-arsip pada berbagai sumber seperti Bursa Efek Indonesia.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Underpricing perusahaan yang melakukan IPO merupakan perbedaan antara harga penawaran perdana dengan harga penutupan saham perusahaan IPO di pasar sekunder pada hari pertama yang cenderung lebih tinggi. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (X) yaitu : Umur Perusahaan, Reputasi Underwriter, Reputasi Auditor. Definisi variabel penelitian merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara menjelaskan atau memberikan arti :

Umur Perusahaan

Umur perusahaan adalah lamanya suatu perusahaan berdiri, apakah perusahaan telah lama atau baru berdiri. Perusahaan yang beroperasi lebih lama mempunyai kenaikan yang lebih besar untuk menyediakan informasi perusahaan yang lebih banyak dan luas daripada yang baru saja berdiri (Nurhidayati dan Indriantoro, 1998). Umur perusahaan ini dihitung dengan skala tahunan. Pengukuran ini juga dipergunakan oleh Trisnawati (1998), Nurhidayati (1998), dan Daljono. Rumus Umur Perusahaan :

$$\text{UMUR PERUSAHAAN} = \text{TAHUN IPO} - \text{TAHUN BERDIRI}$$

Reputasi Underwriter

Underwriter adalah pihak yang membuat kontrak dengan emiten untuk melakukan penawaran umum bagi kepentingan emiten dengan atau tanpa kewajiban untuk membeli sisa efek yang tidak terjual. Reputasi underwriter diukur berdasarkan peringkat dari total transaction value. Rumus Perhitungan reputasi underwriter (Yasa, 2008).

Pengukuran reputasi underwriter dengan cara memberi nilai 1 untuk penjamin emisi yang masuk top 20 dalam 20 most active brokerage in total trading frequency berdasarkan total frekuensi perdagangan dan nilai 0 untuk penjamin emisi yang tidak masuk top 20 dalam most active brokerage.

Reputasi Auditor

Auditor adalah seseorang dengan keahlian atau kualifikasi tertentu dalam bidang keuangan. Adapun tugas utama auditor, yaitu melakukan kegiatan auditing. Perusahaan yang melakukan IPO akan memilih KAP yang memiliki reputasi baik. Alat ukur umum yg digunakan untuk mengukur reputasi auditor berdasarkan kapasitas dan nama besar yang disandang dalam hal ini adalah KAP The Big Four atau KAP yang berafiliasi dengan auditor The Big Four,

1. untuk kantor akuntan publik yang tergolong dalam KAP Big Four diberi nilai 1 dan
2. kantor akuntan publik yang tidak tergolong KAP Big Four akan diberi nilai 0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Asumsi Klasik

Pada Uji Asumsi Klasik yang akan digunakan pada penelitian ini, ada beberapa Uji yang akan peneliti gunakan sebagai persyaratan analisis yang diperlukan untuk penelitian yang menggunakan statistik Inferensial. Diantaranya adalah Uji Normalitas, Uji Autokorelasi, dan Uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan One Kolmogorov Smirnov atau uji K-S. Pada penelitian ini Data dinyatakan normal apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05. Dari hasil uji di atas dapat diketahui bahwa nilai kolmogorov di atas yaitu 0,200 hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Uji Autokorelasi

Sebelum menganalisa hasil output SPSS di atas, perlu diketahui bahwa dasar pengambilan keputusan dalam menentukan ada atau tidaknya Autokorelasi menggunakan uji run test, adalah:

Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih kecil dari ($<$) 0,05 maka terdapat gejala autokorelasi

Sebaliknya, jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari ($>$) 0,05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi

Berdasarkan output SPSS diatas, diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,117, atau lebih besar dari ($>$) 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terdapat gejala atau masalah autokorelasi.

Uji Heterokedastisitas

Dari hasil metode grafik Scatterplots terlihat bahwa titik menyebar secara acak tidak bergerombol ataupun membentuk pola-pola tertentu. serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas. Setelah data diuji menggunakan Uji Heteroskedastisitas, untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi masalah Heteroskedastisitas atau tidak. Pada uji diatas menghasilkan bahwa model regresi bebas dari heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

dalam uji multikolinearitas dapat dilihat bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai VIF $<$ 10,00 dan nilai tolerance sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi diantara variabel independen atau tidak adanya multikolinearitas.

Persamaan Regresi

Analisis Regresi Berganda ini secara matematis ditulis dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3$$

Jika persamaan di atas diaplikasikan ke dalam tabel di atas maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 5.860 + 0,809 X_1 - 0,24 X_2 - 0,038 X_3$$

Uji t

diketahui bahwa variabel Umur Perusahaan memiliki nilai koefisien regresi yang positif sebesar ,809 dengan nilai Signifikan sebesar 0,027 (< 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel reputasi Underwriter setelah dilakukan Uji t, variabel Umur Perusahaan berpengaruh terhadap tingkat Underpricing.

diketahui bahwa variabel Reputasi Underwriter memiliki nilai koefisien regresi yang positif sebesar -0,024 dengan nilai Signifikan sebesar 0,018 (< 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel reputasi Underwriter setelah dilakukan Uji t, variabel reputasi Underwriter berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat Underpricing.

diketahui bahwa variabel Reputasi Auditor memiliki nilai koefisien regresi yang positif sebesar -0,038 dengan nilai Signifikan sebesar 0,238 (< 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel reputasi Underwriter setelah dilakukan Uji t, variabel reputasi auditor tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat Underpricing.

Uji f

uji Anova menghasilkan nilai F hitung sebesar 32,638 dengan nilai Signifikansi sebesar 0,009. Sedangkan pada F tabel dengan tingkat Signifikansi 0,05. Hasil yang diperoleh dari F tabel adalah = 2.042.

Uji Koefisien determinasi

untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan Adjusted R² sebagai koefisien determinasi. Adjusted R Square adalah nilai R Square yang telah disesuaikan Dari

hasil uji hipotesis koefisien determinasi di atas nilai dari adjusted R-Square pada tabel 4.6 adalah 0,008 yang berarti 0,8% variasi tingkat Underpricing dapat dijelaskan oleh variasi dari , umur perusahaan, Reputasi underwriter, reputasi auditor sedangkan sisanya 99,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini.

Setelah data diuji menggunakan uji hipotesis Koefisien Determinasi yang menghasilkan bahwa 0,8% tingkat Underpricing dapat dijelaskan oleh keempat variabel Independen dalam model penelitian ini.

Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Tingkat Underpricing Saham

Hasil dari uji hipotesis Uji T diperoleh signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Umur Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat Underpricing. pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Umur Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat Underpricing saham. Pengaruh yang ditimbulkan merupakan pengaruh positif yang artinya: bahwa semakin tinggi umur perusahaan, maka tingkat Underpricing akan semakin tinggi. Sehingga disimpulkan bahwa $H_0 1$ ditolak dan $H_a 1$ diterima.

Pengaruh Reputasi Underwriter Terhadap Tingkat Underpricing Saham

Hasil dari uji hipotesis Uji T diperoleh signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Reputasi Underwriter berpengaruh terhadap tingkat Underpricing. Reputasi Underwriter berpengaruh signifikan terhadap tingkat Underpricing artinya, bahwa tinggi rendahnya reputasi Underwriter, tidak mempengaruhi tingkat Underpricing. Sehingga disimpulkan bahwa Dengan demikian $H_0 2$ ditolak dan $H_a 2$ diterima.

Pengaruh Reputasi Auditor Terhadap Tingkat Underpricing Saham

Hasil dari uji hipotesis Uji T diperoleh nilai $0,238 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Reputasi Auditor tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat Underpricing. Reputasi Auditor berpengaruh signifikan terhadap tingkat Underpricing artinya, bahwa tinggi rendahnya reputasi Auditor, tidak mempengaruhi tingkat Underpricing. Sehingga disimpulkan bahwa Dengan demikian $H_0 3$ diterima dan $H_a 3$ ditolak.

Pengaruh Umur Perusahaan, Reputasi Underwriter, Reputasi Auditor, Secara Simultan Terhadap Underpricing

Untuk menguji hipotesis ini kriteria yang digunakan adalah kriteria untuk uji F di mana penetapan signifikansi dengan Nilai F tabel 2.042 dan diketahui nilai perolehan F hitung sebesar 0,084. Karena F hitung $32,638 > F$ tabel 2.042 maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga, umur perusahaan, reputasi underwriter dan reputasi auditor, berpengaruh terhadap tingkat underpricing.

KESIMPULAN

Berdasarkan uji Hipotesis dalam penelitian ini, maka hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Umur Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat Underpricing. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig t $0,027 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya Umur Perusahaan mempengaruhi tingkat Underpricing. Dengan demikian H_a 1 diterima dan H_0 1 ditolak.
2. Reputasi Underwriter berpengaruh signifikan terhadap tingkat Underpricing. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig t $0,018 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Tinggi rendahnya reputasi underwriter mempengaruhi, tingkat Underpricing. Dengan demikian H_a 2 diterima dan H_0 2 ditolak.
3. Reputasi Auditor berpengaruh tidak signifikan terhadap tingkat Underpricing. Hal ini dibuktikan dengan nilai Sig t $0,238 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Tinggi rendahnya reputasi auditor tidak mempengaruhi, tingkat Underpricing. Dengan demikian H_a 3 ditolak dan H_0 3 diterima.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Umur Perusahaan, Reputasi Underwriter, Reputasi Auditor secara bersama-sama terhadap Underpricing, hal ini dibuktikan sig F $32,638 > 0,05$, dengan demikian H_a 4 ditolak dan H_0 4 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Bei, M., Ekonomi, F., Nusantara, U., Kediri, P., Kh, J., Dahlan, A., Kediri, N., & Timur, J. (2017). *Kajian Pengaruh Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan dan Rasio Keuangan terhadap Penerimaan Opini Audit Going Concern pada Perusahaan*. 82–92.
- Cahyanto, M. (2019). *Pengaruh Asimetri Informasi Terhadap Pertumbuhan Perusahaan, Pemilihan Auditor (KAP), dan Fee Audit. Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017*. 2005, 13–50.
- Kristiantari, I. D. A. (2013). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Underpricing Saham Pada Saat Penawaran Perdana Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*

Dan Humanika, 53(9), 1689–1699.

- Manajemen, P. S. M., Ekonomi, F., & Yogyakarta, U. N. (2013). *Melakukan Penawaran Umum Perdana Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2011*.
- Muhamad, O. :, Fazri, D., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (1432). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing Pada Penawaran Umum Perdana Di Bursa Efek Indonesia*.
- Offering, I. P. (2021). *Saham pada Saat*. 9(2), 139–151.
- Pahlevi, R. W. (2014). Underpricing Saham Pada Penawaran Saham Perdana. *Jurnal Siasat Bisnis*, 18(2), 219–232. <http://jurnal.uui.ac.id/JSB/article/download/3821/3395>
- Pendahuluan, I. (2020). *PENGARUH PROFITABILITAS , UMUR PERUSAHAAN , FINANCIAL LEVERAGE , DAN REPUTASI UNDERWRITER TERHADAP TINGKAT UNDERPRICING DENGAN REPUTASI AUDITOR SEBAGAI VARIABEL* Magister Akuntansi FEB Universitas Trisakti. 1(1), 1–9.
- Perusahaan, U., & Underpricing, T. (2018). *Pengaruh return on equity, net profit margin dan ukuran perusahaan terhadap underpricing*. 2(1), 41–53.
- Retnowati, E. (2013). *MEMPENGARUHI UNDERPRICING SAHAM PADA PENAWARAN UMUM PERDANA (IPO) DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)* Oleh Eka Retnowati.
- Rezkiana, D. (2016). *Fakultas ekonomi universitas semarang semarang 2016*. 2019.
- Saham, U., Penawaran, P., & Perdana, U. (2018). *Oleh : Mohamad Yasin*.
- Sesaria, M. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Kecukupan Modal, Risiko Likuiditas, Risiko Kredit, dan Beta Saham Terhadap Return Saham. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25.
- Studi, P., Fakultas, M., Dan, E., & Magelang, U. M. (2019). *UNDERPRICING SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) (Study Empiris Pada Semua Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018) UNDERPRICING SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING (*.
- Umam, K., Islam, U., Agung, S., & Manajemen, P. S. (2020). *ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERDANA DI BURSA EFEK INDONESIA DENGAN KINERJA*.