

ANALISIS PENGARUH REPUTASI UNDERWRITER, UKURAN PERUSAHAAN, UMUR PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP UNDERPRICING SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING DI BURSA EFEK INDONESIA

Vivian Floretta

email: flovivi123@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh reputasi *underwriter*, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan profitabilitas terhadap *underpricing* saham. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif, sedangkan metode pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumenter. Populasi dalam penelitian ini yaitu 125 perusahaan yang melakukan IPO dari tahun 2015 hingga 2018 dan sampel 108 perusahaan dengan penentuan berdasarkan metode *purposive sampling*. Data dianalisis dengan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji t. Hasil pengujian menunjukkan bahwa reputasi *underwriter* dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham, sedangkan umur perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham.

KATA KUNCI: *Underpricing, Initial Public Offering, Underwriter*

PENDAHULUAN

Salah satu alternatif pendanaan dari luar perusahaan yaitu perusahaan melakukan kegiatan penawaran saham kepada masyarakat (publik) atau yang sering disebut *go public*. Penawaran saham secara perdana ke publik melalui pasar perdana ini dikenal dengan istilah *Initial Public Offering* (IPO). Apabila terjadi ketidaksamaan informasi terkait perusahaan yang akan IPO antara pihak emiten, *underwriter*, dan investor maka akan memunculkan dua fenomena yaitu *underpricing* atau *overpricing*. Fenomena *underpricing* terjadi apabila harga penawaran di pasar perdana lebih rendah dari harga di pasar sekunder pada hari pertama. Fenomena *underpricing* merupakan kejadian yang merugikan perusahaan, karena apabila penghimpunan dana dari IPO tidak maksimal maka perusahaan akan sulit untuk mengembangkan perusahaan, membayar hutang, dan berbagai tujuan lainnya.

Studi mengenai *underpricing* telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Namun, hasil-hasil penelitian terdahulu menunjukkan banyak terjadi ketidakkonsistenan hasil penelitian sehingga mendorong penulis untuk meneliti kembali topik ini. Dalam

penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah reputasi underwriter, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan profitabilitas. (Satrio, 2020)

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Apakah reputasi *underwriter* berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia, 2) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia, 3) Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia, dan 4) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh reputasi *underwriter*, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan profitabilitas baik secara parsial maupun simultan terhadap *underpricing* saham. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif, sedangkan metode pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumenter. Data dianalisis dengan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji t.

KAJIAN TEORITIS

Fenomena *underpricing* dapat terjadi apabila terdapat perusahaan-perusahaan yang hendak melakukan IPO. Perusahaan yang akan melakukan IPO selalu menerbitkan prospektus agar investor dapat memperoleh informasi. “Prospektus adalah dokumen yang berisi informasi tentang perusahaan penerbit sekuritas dan informasi lainnya yang berkaitan dengan sekuritas yang ditawarkan” (Hartono, 2017: 67).

“Perusahaan yang membutuhkan dana dapat menjual surat berharganya di pasar modal. Surat berharga yang baru dikeluarkan oleh perusahaan dijual di pasar primer (*primary market*). Surat berharga yang baru dijual dapat berupa penawaran perdana ke publik (*initial public offering* atau IPO) atau tambahan surat berharga baru jika perusahaan sudah *going public* (sekuritas tambahan ini sering disebut dengan *seasoned new issues*). Selanjutnya surat berharga yang sudah beredar diperdagangkan di pasar sekunder (*secondary market*).” (Hartono, 2017: 33)

Fenomena *underpricing* sering kali dijumpai di berbagai negara, salah satunya di Indonesia. “*Underpricing* adalah suatu keadaan, di mana harga saham pada saat penawaran perdana lebih rendah dibandingkan dengan ketika diperdagangkan di pasar sekunder” (Yasa, 2008: 8). “Pasar perdana terjadi pada saat perusahaan emiten menjual sekuritasnya kepada investor umum untuk pertama kalinya” (Tandelilin, 2010: 28).

“Pasar sekunder adalah tempat perdagangan surat berharga yang sudah beredar” (Hartono, 2017: 33). Dengan kata lain, sebelum saham beredar di pasar sekunder, perusahaan yang melakukan IPO akan memperdagangkan sahamnya di pasar primer atau pasar perdana terlebih dahulu.

“Fenomena menarik yang terjadi di penawaran perdana ke publik adalah fenomena harga rendah (*underpricing*). Fenomena harga rendah terjadi karena penawaran perdana ke publik yang secara rerata murah. Secara rerata membeli saham di penawaran perdana dapat mendapatkan return awal (*initial return*) yang tinggi. Secara rerata di sini maksudnya adalah tidak semua penawaran perdana murah, tetapi dapat juga mahal dan secara rerata masih dapat dikatakan murah (*underpricing*).” (Hartono, 2017: 36)

Penentuan *underpricing* dapat dilakukan dengan dua pendekatan, salah satu diantaranya adalah pendekatan perbandingan harga IPO dan harga penutupan pada hari pertama saham diperbandingkan. Bila harga IPO saham lebih rendah dari harga penutupan saham pada hari pertama diperdagangkan maka harga IPO saham tersebut disebut *underpricing*. (Manurung, 2013: 18)

Underpricing diukur dengan menghitung *initial return*, dengan rumus sebagai berikut (Martani *et al.*, 2012: 8):

$$IR = \frac{P_1 - P_0}{P_0} \times 100 \text{ persen}$$

Pada rumus di atas, *initial return* disingkat *IR*, P_1 adalah harga penutupan di hari pertama saham diperdagangkan di pasar sekunder, sedangkan P_0 adalah harga penawaran perdana (*offering price*). Bila *initial return* mempunyai nilai positif maka harga IPO dianggap *underpricing* dan bila nilai *initial return* negatif maka harga IPO dianggap kemahalan (Manurung, 2013: 19). *Initial return* yang bernilai positif menunjukkan bahwa investor yang membeli saham tersebut akan memperoleh keuntungan apabila saham itu dijual di pasar sekunder dengan harga yang lebih tinggi. Namun disisi lain, fenomena *underpricing* ini merugikan emiten karena emiten tidak dapat memperoleh tambahan dana secara maksimal. Akibatnya, perusahaan mungkin tidak dapat memperoleh tambahan dana yang cukup untuk melakukan ekspansi, melunasi hutang, dan keperluan lainnya.

“Penjamin Emisi (*underwriter*) merupakan lembaga yang menjamin terjualnya suatu saham atau obligasi sampai dengan batas waktu tertentu. Penjamin emisi ini biasanya berupa perusahaan sekuritas ataupun *investment bank* asing yang berdiri khusus untuk menjamin emisi suatu efek” (Santoso, 2016: 5). “Penjamin emisi sangat diperlukan

dalam rangka membantu perusahaan untuk melakukan IPO serta mendapatkan dana untuk pengembangan perusahaan agar bisa bertumbuh” (Manurung, 2013: 46). Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan penawaran umum perdana yang dilakukan perusahaan dipengaruhi oleh *underwriter* yang digunakan.

“Proses pembelian sekuritas oleh banker investasi yang nantinya akan dijual kembali ke publik disebut dengan penjaminan emisi (*underwriting*). Banker investasi yang melakukan proses *underwriting* ini disebut dengan penjamin emisi (*underwriter*). Banker investasi membeli sekuritas dengan harga yang sudah disetujui dan menanggung risiko kegagalan atau kerugian menjualnya kembali ke publik. Banker investasi mengambil keuntungan dari selisih harga beli dan harga jual dari saham (selisih ini disebut *spread*). Cara penjaminan emisi seperti ini yaitu banker investasi membeli semua sekuritas dari emiten tersebut dengan basis kesanggupan penuh (*full commitment*).” (Hartono, 2017: 66)

Underwriter dengan reputasi tinggi diharapkan memiliki hubungan yang lebih baik dengan *institutional investors*. Sebagai hasilnya, *underwriter* bereputasi tinggi diharapkan dapat menjalankan tugasnya dengan lebih efisien dibandingkan *underwriter* dengan reputasi rendah dan dapat lebih cepat mengetahui permintaan atas saham emiten yang akan IPO. (Levis dan Vismara, 2013: 160)

Uraian di atas menunjukkan bahwa *underwriter* yang bereputasi tinggi lebih berani memberikan harga penawaran perdana yang tinggi sebagai konsekuensi dari kualitas penjaminannya, sehingga tingkat *underpricing* saham menjadi rendah. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Arman (2012: 118) menyatakan bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh negatif terhadap *underpricing*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik dan terpercaya *underwriter* yang digunakan maka semakin rendah tingkat *underpricing* saham, begitu pula sebaliknya.

“Variabel reputasi *underwriter* diukur menggunakan variabel *dummy* dengan memberikan nilai 1 untuk *underwriter* yang bereputasi tinggi, sedangkan nilai 0 untuk sebaliknya. Ukuran bagi *underwriter* dengan reputasi tinggi adalah *underwriter* yang termasuk dalam 10 peringkat teratas berdasarkan *underwriter in 50 most active IDX members by total trading value*. Jika *underwriter* termasuk dalam 10 peringkat teratas maka diberikan nilai 1, selain itu diberikan nilai 0.” (Martani *et al.*, 2012: 9)

Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan (Hery, 2017: 12).

“Aktiva merupakan tolak ukur besaran atau skala suatu perusahaan. Biasanya perusahaan besar mempunyai aktiva yang besar pula nilainya. Secara teoritis perusahaan yang lebih besar mempunyai kepastian (*certainty*) yang lebih besar daripada perusahaan kecil sehingga akan mengurangi tingkat ketidakpastian mengenai prospek perusahaan ke depan.” (Yolana dan Martani, 2005: 543)

Aset merupakan salah satu komponen yang menunjukkan modal atau kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari jumlah aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar aset perusahaan maka perusahaan tersebut dapat dikatakan berskala besar.

Ukuran perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Prathama, 2015: 271):

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln (Total Aset)}$$

Uraian di atas menunjukkan bahwa tingkat ketidakpastian perusahaan berskala besar pada umumnya rendah, sehingga hal ini meningkatkan kepercayaan investor akan perusahaan tersebut. Dengan tingkat kepercayaan investor yang tinggi maka akan menyebabkan tingkat *underpricing* saham menjadi rendah. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Martani, Sinaga, dan Syahroza (2012: 16) dan Arman (2012: 118) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing*. Semakin besar ukuran perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut semakin mapan dan lebih stabil. Ukuran perusahaan yang besar juga menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki risiko kebangkrutan yang kecil sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor akan perusahaan tersebut. Oleh sebab itu, semakin besar ukuran perusahaan maka semakin rendah tingkat *underpricing* saham, begitu pula sebaliknya.

Umur perusahaan merupakan salah satu hal yang dipertimbangkan investor dalam menanamkan modalnya. Umur perusahaan dapat dihitung dengan rumus selisih antara tahun perusahaan IPO dengan tahun perusahaan berdiri (Arman, 2012: 112). “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 pada masa yang akan datang” (Yasa, 2008: 12).

Umur perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Arman, 2012: 112):

$$\text{Firm Age} = \text{Tahun perusahaan IPO} - \text{Tahun perusahaan berdiri}$$

Perusahaan yang berumur tua cenderung lebih mampu bertahan dalam persaingan bisnis karena pada umumnya perusahaan yang berumur tua cenderung lebih maju dan

telah mengalami banyak perkembangan usaha apabila dibandingkan dengan perusahaan yang berumur lebih muda. Banyaknya pengalaman yang dimiliki oleh perusahaan yang berumur lebih tua akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Arman (2012: 118) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tua umur perusahaan maka semakin rendah tingkat *underpricing* saham, begitu pula sebaliknya.

Profitabilitas dapat diukur dengan rasio *return on equity* (ROE). ROE merupakan rasio yang sering dipergunakan oleh pemegang saham untuk menilai kinerja perusahaan yang bersangkutan. "*Return on equity* (ROE) disebut juga dengan laba atas ekuitas. Rasio ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas" (Fahmi, 2015: 85).

"Variabel profitabilitas yang diwakilkan dengan ROE diasumsikan sebagai ekspektasi investor atas dana yang ditanamkan pada perusahaan yang IPO. Semakin besar profitabilitas (ROE) maka investor akan tertarik membeli atau mencari saham perusahaan IPO tersebut karena berharap di kemudian hari akan mendapatkan pengembalian yang besar atas penyertaannya. Hal ini memungkinkan naiknya harga penawaran saham saat diperdagangkan di pasar sekunder yang disebabkan permintaan akan saham tersebut meningkat." (Yolana dan Martani, 2005: 543)

"Pengembalian atas ekuitas biasa (*Return on common equity*) adalah rasio laba bersih terhadap ekuitas biasa, mengukur tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham biasa" (Brigham dan Houston, 2014: 149). Adapun rumus ROE menurut Brigham dan Houston (2014: 149) adalah sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}}$$

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas (ROE) perusahaan, maka tingkat *underpricing* saham juga tinggi. Hal ini dikarenakan semakin besar profitabilitas (ROE) perusahaan maka investor akan tertarik untuk membeli sahamnya dengan harapan di kemudian hari dapat memperoleh pengembalian yang besar. Kondisi ini akan meningkatkan permintaan akan saham tersebut hingga saham tersebut mulai diperdagangkan di pasar sekunder, sehingga harga penawaran saham akan terus meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yolana dan Martani (2005: 549) yang menyatakan bahwa pengaruh ROE terhadap *underpricing* searah, yaitu semakin tinggi ROE emiten maka tingkat *underpricing* saham juga akan meningkat,

sebaliknya apabila semakin rendah ROE emiten maka tingkat *underpricing* saham akan menurun.

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang melakukan IPO dari tahun 2015 sampai dengan 2018, yaitu sebanyak 125 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria yaitu perusahaan yang melakukan penawaran umum perdana (IPO) dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2018 mengalami *underpricing* (nilai *initial return* lebih dari nol atau positif), di mana terdapat tujuh belas perusahaan yang tidak memenuhi kriteria ini sehingga jumlah sampel penelitian yang diperoleh adalah sebesar 108 perusahaan. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yang terdiri dari analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis korelasi (R) dan koefisien determinasi (R²), analisis regresi linear berganda, dan untuk pengujian hipotesis melalui pengujian secara simultan (uji F) dan secara parsial (uji t).

PEMBAHASAN

Hasil analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif dari sampel sebesar 108 perusahaan adalah:

TABEL 1
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Initial Return	108	1,32	70,00	45,1212	24,77421
Reputasi Underwriter	108	0	1	,18	,383
Ukuran Perusahaan	108	22,4479	31,0824	26,866860	1,6432430
Umur Perusahaan	108	2	111	17,53	16,243
Profitabilitas (ROE)	108	-3101,73	95,20	-27,0863	313,64501
Valid N (listwise)	108				

Sumber: Output SPSS 22, 2020

2. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, pengujian asumsi klasik yang pertama adalah uji normalitas residual. Hasil uji normalitas residual menunjukkan bahwa data penelitian ini tidak berdistribusi secara normal, namun karena ukuran sampel sangat besar (melebihi 100 observasi), maka menurut Gujarati dan Porter asumsi normalitas dapat diabaikan. Hasil pengujian multikolinearitas dan heteroskedastisitas menunjukkan tidak ada masalah pada model regresi yang dibangun dalam penelitian ini, sehingga dapat dilanjutkan ke tahap pengujian hipotesis dengan uji F dan uji t. Uji asumsi klasik pada penelitian ini tidak mencakup uji autokorelasi karena data yang digunakan per perusahaan hanya satu tahun saja, sehingga tidak perlu menguji kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya).

3. Analisis Pengaruh Reputasi *Underwriter*, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap *Underpricing* Saham

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini adalah:

TABEL 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	155,163	35,361		4,388	,000		
Reputasi Underwriter	-27,323	5,446	-,422	-5,017	,000	,954	1,048
Ukuran Perusahaan	-3,839	1,341	-,255	-2,863	,005	,853	1,172
Umur Perusahaan	-,114	,132	-,074	-,861	,391	,903	1,107
Profitabilitas (ROE)	,004	,007	,045	,535	,594	,962	1,039

a. Dependent Variable: Initial Return

Sumber: Output SPSS 22, 2020

Berdasarkan Tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 155,163 - 27,323 X_1 - 3,839 X_2 - 0,114 X_3 + 0,004 X_4 + e$$

b. Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Hasil koefisien korelasi (R) dan koefisien determinasi (R²) pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 3
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,552 ^a	,305	,278	21,05201

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas (ROE), Reputasi Underwriter, Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan

b. Dependent Variable: Initial Return

Sumber: Output SPSS 22, 2020

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,552 dan bernilai positif sehingga dapat diinterpretasikan bahwa hubungan antara variabel independen (reputasi *underwriter*, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan profitabilitas) dengan variabel dependen (*underpricing* saham) dikategorikan kuat. Nilai dari koefisien determinasi (*adjusted R square*) adalah sebesar 0,278 yang menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel reputasi *underwriter*, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan profitabilitas terhadap *underpricing* saham (*initial return*) adalah sebesar 27,8 persen, sedangkan sisanya sebesar 72,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian ini.

c. Uji F

Berikut adalah tabel hasil uji F dalam penelitian ini:

TABEL 4
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20024,232	4	5006,058	11,296	,000 ^b
	Residual	45648,261	103	443,187		
	Total	65672,494	107			

a. Dependent Variable: Initial Return

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas (ROE), Reputasi Underwriter, Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan

Sumber: Output SPSS 22, 2020

Berdasarkan hasil uji F yang ditunjukkan pada Tabel 4, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 \leq 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini layak digunakan.

d. Uji t

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh nilai signifikansi pada variabel reputasi *underwriter* adalah sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,000 \leq 0,05$) dan nilai t_{hitung} sebesar -5,017 yang berarti lebih kecil dari $-t_{tabel}$ yaitu -1,983 ($-5,017 < -1,983$) dengan koefisien regresi yang bernilai negatif sebesar 27,323, maka dapat ditarik kesimpulan reputasi *underwriter* berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia.

Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,005 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,005 \leq 0,05$) dan nilai t_{hitung} sebesar -2,863 yang berarti lebih kecil dari $-t_{tabel}$ yaitu -1,983 ($-2,863 < -1,983$) dengan koefisien regresi yang bernilai negatif sebesar 3,839, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia.

Variabel umur perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,391 yang berarti lebih besar dari 0,05 ($0,391 > 0,05$) dan nilai t_{hitung} sebesar -0,861 yang berarti lebih besar dari $-t_{tabel}$ yaitu -1,983 ($-0,861 > -1,983$) dengan koefisien regresi yang bernilai negatif sebesar 0,114, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia.

Variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,594 yang berarti lebih besar dari 0,05 ($0,594 > 0,05$) dan nilai t_{hitung} sebesar 0,535 yang berarti lebih kecil dari t_{tabel} yaitu 1,983 ($0,535 < 1,983$) dengan koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,004, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia.

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa reputasi *underwriter* dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham, sedangkan umur perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham. Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebesar 27,8 persen, yang berarti terdapat 72,2 persen variabel di luar penelitian ini yang mempengaruhi *underpricing* saham. Saran

yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah menggunakan variabel-variabel lain di luar penelitian ini yang memiliki kemungkinan dapat mempengaruhi *underpricing* saham.

DAFTAR PUSTAKA

- Arman, Agus. 2012. "Pengaruh Umur dan Ukuran Perusahaan, Reputasi Underwriter, dan Return on Equity Terhadap Tingkat Underpricing Saham di Bursa Efek Indonesia." *Pekan Ilmiah Dosen Feb – UKSW*, 14 Desember, hal.112,118.
- Brigham, Eugene F., dan Joel F. Houston. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (judul asli: Fundamentals of Financial Management)*. Penerjemah Dodo Suharto. Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, Irham. 2015. *Pengantar Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2014. *Ekonometrika*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N., dan Dawn C. Porter. 2015. *Dasar-dasar Ekonometrika (judul asli: Ekonometrika)*. Penerjemah Julius A. Mulyadi. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartono, Jogyanto. 2017. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hery. 2017. *Kajian Riset Akuntansi: Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Levis, Mario, dan Silvio Vismara. 2013. *Handbook of Research on IPOs*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Manurung, Adler Haymans. 2013. *Initial Public Offering (IPO) Konsep, Teori, dan Proses*. Jakarta: Adler Manurung Press.
- Martani, Dwi, Ika Leony Sinaga, dan Akhmad Syahroza. 2012. "Analysis on Factors Affecting IPO Stock Under-Pricing and Their Effects on Earnings Persistence of Manufacturing Companies." *World Review of Business Research*, vol.2, no.2. (March), pp.8,9,16.
- Prathama, Baiq Desthania. 2015. "Analisis Variabel Variabel yang Mempengaruhi *Underpricing* Penawaran Umum Saham Perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2011." *Jurnal Valid*, vol.12, no.3, Juli, hal.271.
- Radjab, Enny, dan Andi Jam'an. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah.
- Santoso, Edwin. 2016. *Constant Profit from IPO Stocks*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Satrio, A.B. (2020). Asymmetric Information and Firm Value During Pandemic COVID-19. *Economics Business and Organization Research*, 3(1), 27-43.

Yasa, Gerianta Wirawan. 2008. "Penyebab *Underpricing* pada Penawaran Saham Perdana di Bursa Efek Jakarta." *Jurnal Akuntansi Bisnis*, vol.3, no.2, Juli, hal.8,12.

Yolana, Chastina, dan Dwi Martani. 2005. "Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Fenomena *Underpricing* pada Penawaran Saham Perdana di BEJ Tahun 1994-2001." *Simposium Nasional Akuntansi VIII*, 15-16 September, hal.543,549.

