

Pengaruh Reputasi *Underwriter*, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Tingkat *Underpricing* Saham Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2019-2021

Febriyanto¹, Nani Septiana², Nurhidayat Turohman³
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Metro
Email: nurhidayatturohman@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan terhadap tingkat *underpricing*. Penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 133 perusahaan yang melakukan *initial public offering* (IPO) dalam rentan waktu 2019 - 2021. Data yang digunakan adalah data sekunder melalui *annual report* perusahaan tahun 2019-2021. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi *underwriter*, dan umur perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Sedangkan reputasi auditor, berpengaruh negatif signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Dan ukuran perusahaan, berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi dan signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan alat ukur yang lebih konsisten dan jelas untuk pengukuran reputasi *underwriter* dan reputasi auditor. Ketidakkonsistenan dapat mengakibatkan hasil yang tidak konsisten dalam penelitian yang dilakukan. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel-variabel lainnya yang berpotensi dapat mempengaruhi tingkat *underpricing* saham pada perusahaan.

Kata Kunci : *Underpricing*, Reputasi *Underwriter*, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan.

Abstract

This study aims to test and analyze the influence of underwriter's reputation, auditory, company size, and the company's age against underpricing levels. This research was conducted by purposive sampling method with a sample of 133 companies that carried out initial public off catering (IPO) in a vulnerable period of 2019 - 2021. The data used is secondary data through the annual company report in 2019-2021. The data analysis used in this study was the Liniear Multiplication analysis. The results of this study indicate that the company's reputation, and the company's age did not significantly affect the underpricing level. While the reputation of auditors, negative affects underpricing level. And company size, positively affect the underpricing level. underwriter's reputation, auditory reputation, company size, and corporate life together (simultaneous) affect and significant to underpricing's level. The advice that can be given based on the results of this study are for further research are advised to use more consistent, clear measuring tools for underwriter's reputation measurements and auditory reputation reputations. Inconsistency can cause inconsistent results in the research conducted. In addition, further research can use other variables that can potentially affect the underpricing level of shares in the company.

Keywords: *Underpricing, Underwriter's Reputation, Auditory Reputation, Company Size, Lifespan Company*

I. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan pada umumnya selalu memiliki keinginan untuk terus tumbuh dan memperluas kegiatan usahanya. Seiring dengan pertumbuhan perusahaan, modal atau dana yang dimiliki oleh setiap perusahaan sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan perusahaan tersebut, untuk memperluas kegiatan usahanya perusahaan memerlukan dana yang cukup besar. Pada umumnya dana didapat dari pemilik perusahaan sendiri atau para investor. Seringkali modal yang didapat dari pemilik perusahaan ataupun dari dalam perusahaan belum dapat mencukupi untuk memperluas kegiatan usahanya, untuk itu diperlukan sumber pendanaan yang lain, yaitu dengan menjual sahamnya kepublik melalui Pasar Modal. Diharapkan melalui pejualan saham kepublik kinerja manajemen keuangan perusahaan dapat meningkat, karena terdapat penambahan modal.

Pasar modal sangat penting bagi perekonomian suatu negara. Pasar modal adalah salah satu penggerak aktivitas perekonomian suatu negara, dimana pasar modal dapat dijadikan tolak ukur dari perkembangan dan pertumbuhan perekonomian suatu negara. Pasar modal mempunyai peranan yang penting bagi perekonomian suatu negara, karena pasar modal sebagai sarana bagi pendanaan usaha perusahaan. (Febriyanto : 2015). Bursa Efek Indonesia (BEI), sebagai pasar modal, merupakan tempat yang ideal untuk transaksi antara pihak yang membutuhkan modal dan pihak lain yang memiliki kelebihan dana serta mampu mendukung peningkatan perekonomian Indonesia. Sumber daya modal merupakan salah satu hal yang dibutuhkan perusahaan untuk berkembang. Perusahaan memiliki berbagai pilihan alternatif untuk mengakses sumber daya permodalan, termasuk meminjam dari bank, menerbitkan surat utang, dan dapat menerbitkan saham kepada publik, yang dikenal sebagai *go public*.

Dalam proses *go public*, sebelum diperdagangkan di pasar sekunder, saham terlebih dahulu dijual di pasar primer atau sering disebut pasar perdana. Penawaran saham secara perdana ke publik melalui pasar perdana ini dikenal dengan istilah *Initial Public Offering* (IPO). *Initial public offering* (IPO) merupakan kegiatan atau upaya dari emiten (perusahaan penerbit) menawarkan atau menjual saham perdana kepada calon investor. Emiten yang menawarkan saham pertama kali atau saham IPO harus sudah *listing* ke dalam pasar modal. Tujuan emiten melakukan IPO adalah untuk mendapatkan suntikan pendanaan murah, meningkatkan kinerja keuangan perusahaan agar lebih baik, meningkatkan prospek pertumbuhan perusahaan, dan meningkatkan nilai perusahaan. Investor sebagai pemilik modal juga sangat berharap agar investasi yang dilakukan dapat berdampak pada kemajuan perusahaan (Putra et al., 2021).

Masalah utama yang dihadapi pelaku usaha saat melakukan IPO di pasar modal adalah harga penutupan IPO. *Underpricing* terjadi ketika harga saham pada saat IPO jauh lebih rendah dari harga pasar sekunder pada hari pertama. Tentu saja emiten menginginkan harga jual yang tinggi, karena dengan harga jual yang tinggi maka pendapatan dari emisi juga akan tinggi, emiten ingin meningkatkan kekayaan pemilik dan perusahaan, menambah modal, dan memperbaiki struktur permodalan. dapat menekan biaya modal dalam perusahaan. Pandangan lain adalah bahwa harga yang tinggi mempengaruhi reaksi atau minat calon investor untuk membeli atau memesan saham yang ditawarkan.

Menurut Aini (2013:90). *Underpricing* terjadi karena harga saham IPO yang ditetapkan terlalu rendah, sebab harga yang terjadi di pasar sekunder telah mencerminkan harga dalam kondisi keseimbangan (*full information*). *Underpricing* adalah harga saham

perdana dibawah harga pasar, yang pada gilirannya investor akan tertarik untuk membeli. Peristiwa yang sering terjadi di penawaran perdana ke publik secara terbuka adalah peristiwa *underpricing*. Fenomena *underpricing* terjadi karena penawaran perdana ke publik secara rata-rata dibawah harga pasar (Sunariyah, 2011:119). Atau adanya selisih positif antara harga saham di pasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana. Selisih harga inilah yang dikenal dengan istilah *initial return* (IR) atau positif *return* bagi investor. Sebaliknya harga saham di pasar perdana yang lebih besar dibandingkan di pasar sekunder di hari pertama disebut *overpricing*. Fenomena *underpricing* terjadi karena terdapat asimetri informasi. Asimetri informasi terjadi saat salah satu pihak memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan yang lainnya. *Underpricing* akan menyebabkan perusahaan mengalami kerugian dikarenakan tidak dapat memanfaatkan momentum saat menawarkan harga di pasar perdana. Konflik kepentingan terjadi ketika tujuan emiten adalah untuk mendapatkan modal dengan penetapan harga IPO setinggi mungkin dan untuk *underwriter* lebih memilih untuk menurunkan harga IPO untuk meminimalkan risiko memiliki saham yang tidak terjual di pasar perdana.

Underwriter memiliki informasi lengkap mengenai pasar dibanding emiten, dan *underwriter* memiliki informasi lengkap mengenai emiten dibanding investor. Berdasarkan pemaparan tersebut, *underwriter* memiliki informasi yang sangat kompleks dibanding emiten dan investor sehingga terjadi asimetri informasi. Para pihak yang memiliki ketidaksamaan informasi mengakibatkan perbedaan harga sehingga berpeluang terjadinya *underpricing* (Kristiantari, 2012). Perusahaan yang *go public* akan memberikan informasi dalam bentuk prospektus untuk meminimalisir asimetri informasi. Reputasi *underwriter* sangat berpengaruh terhadap kesuksesan emiten. *Underwriter* yang mempunyai reputasi tinggi tidak akan menerbitkan saham pada perusahaan yang berkualitas rendah sehingga akan menimbulkan kepercayaan pada investor.

Salah satu persyaratan bagi perusahaan yang akan *go public* adalah laporan keuangan yang telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik. Selain itu dalam kelanjutannya auditor akan menjadi narasumber bagi investor mengenai laporan keuangan yang diterbitkan emiten. Laporan keuangan merupakan indikator dasar dalam melakukan pengambilan keputusan investasi. Dengan demikian, emiten sangat berkepentingan dengan penilaian dan pendapat yang dibuat oleh auditor agar memperoleh nilai laporan keuangan yang bagus (Pahlevi, 2014:222). Auditor sebagai salah satu profesi penunjang pasar modal berfungsi melakukan pemeriksaan terhadap laporan keuangan perusahaan yang akan melakukan *go public*. Reputasi auditor akan berpengaruh pada kredibilitas laporan keuangan ketika perusahaan melakukan IPO, sehingga hasil pengujian auditor ini sangat dibutuhkan oleh para investor untuk pengambilan keputusan investasi (Aini, 2013:92). Hal ini berkaitan dengan informasi yang ada pada laporan keuangan dari pihak auditor yang melakukan audit. Karena tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi pada laporan keuangan berpengaruh terhadap keberhasilan IPO yang ditunjukkan dengan kecilnya nilai *underpricing* saham.

Salah satu faktor terjadinya tingkat *underpricing* adalah ukuran perusahaan yang terdapat pada neraca dalam laporan keuangan. Neraca adalah laporan keuangan yang terdapat kekayaan, kewajiban, dan modal emiten pada waktu tertentu. Jumlah kekayaan terdapat di sisi aktiva atau aset, sedangkan jumlah kewajiban dan modal terdapat di sisi pasiva (Husnan, 2014:36). Ukuran perusahaan merupakan cerminan potensi perusahaan dalam menghasilkan arus kas dan kemampuan untuk mengakses informasi yang lebih besar. Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menentukan besar atau kecilnya perusahaan yang ditunjukkan dengan total aset yang dimilikinya. Pengukuran dengan menggunakan total aktiva dianggap lebih baik dari total penjualan karena total aktiva lebih stabil dari total penjualan serta lebih menunjukkan kekayaan perusahaan yang

digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan yang berskala besar cenderung lebih dikenal masyarakat sehingga informasi mengenai prospek perusahaan berskala besar lebih mudah diperoleh investor daripada perusahaan berskala kecil. (Aini, 2013:91). Investor menjadi optimis dengan prospek atau masa depan perusahaan berskala besar karena total aset yang besar mencerminkan kekayaan yang besar dan kepastian masa depan perusahaan dapat diketahui sehingga akan meminimalisir terjadinya *underpricing*.

Umur perusahaan merupakan informasi tentang kemampuan perusahaan dalam bertahan. Perusahaan yang sudah lama berdiri dapat dijadikan sebagai indikasi bahwa perusahaan tersebut banyak pengalaman dan kemampuan yang besar untuk bertahan. Investor cenderung lebih percaya pada perusahaan yang sudah lama berdiri jika dengan perusahaan yang masih baru. Kepercayaan investor ini akan mengakibatkan investor yakin untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan emiten (Pahlevi, 2014:224). Keputusan investasi ini diawali dari penentuan nilai aktiva yang harus dimiliki oleh perusahaan sampai pada pertimbangan terhadap tingkat resiko yang akan ditanggung ketika memutuskan akan melakukan investasi, serta besarnya nilai return yang akan diterima jika keputusan investasi tersebut dilakukan (Febriyanto : 2018). Perusahaan yang telah berdiri sejak lama mempunyai banyak pengalaman dalam berbagai bidang bisnis, dibandingkan dengan perusahaan yang masih baru. Berdasarkan latar belakang dan masalah penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Reputasi Underwriter, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan Terhadap Tingkat Underpricing Saham Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di PT Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021”**.

II. KAJIAN LITERATUR

A. Manajemen Keuangan

Menurut Anwar (2019:5) Manajemen keuangan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang pengelolaan keuangan perusahaan baik dari sisi pencarian sumber dana, pengalokasian dana, maupun pembagian hasil keuntungan perusahaan. Dengan Tujuan agar perusahaan dapat mengelola sumber daya yang dimiliki terutama dari aspek keuangan sehingga menghasilkan keuntungan yang maksimal dan pada akhirnya dapat memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham.

B. Pasar Modal

Menurut Febriyanto (2016:14) Pasar modal didefinisikan sebagai pasar untuk berbagai macam instrument keuangan jangka panjang yang bisa diperjual belikan. Daya tarik pasar modal diharapkan dapat menjadi alternatif penghimpunan dana selain perbankan dan pasar modal dapat menyediakan fasilitas bagi lender ke borrower.

C. Penawaran Saham Perdana (*Initial Public Offering*)

Menurut Putra et al. (2021), *Initial public offering* (IPO) merupakan kegiatan atau upaya dari emiten (perusahaan penerbit) menawarkan atau menjual saham perdana kepada calon investor. Emiten yang menawarkan saham pertama kali atau saham IPO harus sudah listing ke dalam pasar modal. Tujuan emiten melakukan IPO adalah untuk mendapatkan suntikan pendanaan murah, meningkatkan kinerja keuangan perusahaan agar lebih baik, meningkatkan prospek pertumbuhan perusahaan, dan meningkatkan nilai perusahaan. Investor sebagai pemilik modal juga sangat berharap agar investasi yang dilakukan dapat berdampak pada kemajuan perusahaan.

D. Underpricing

Underpricing akan terjadi apabila harga saham di pasar sekunder pada hari pertama perdagangan lebih tinggi dibandingkan dengan harga saham di pasar perdana. *Underpricing* merugikan perusahaan karena dana yang diperoleh perusahaan pada saat

IPO tidak maksimal, namun menguntungkan para investor karena dengan terjadinya *Underpricing* maka investor akan memperoleh *capital gain* (Cornelia et al. 2021:1199).

E. Reputasi Underwriter

Underwriter adalah penjamin emisi sebagai pihak pembuat kontrak dengan perusahaan emiten penerbit saham IPO dengan catatan khusus dibebankan membeli saham tak laku ataupun tanpa beban. Kontribusi *underwriter* selaku perantara kepentingan emiten dalam menyerap dana publik dengan investor selaku pemodal. *Underwriter* merupakan lembaga yang berperan besar dalam setiap emisi efek di pasar modal. Dalam menjalankan tugasnya *underwriter* membantu emiten dalam mempersiapkan pernyataan pendaftaran emisi beserta dokumen pendukungnya dan memberi masukan kepada emiten. *Underwriter* dan emiten akan membuat kesepakatan untuk penentuan harga saham yang akan ditawarkan di pasar perdana, sedangkan harga saham di pasar sekunder akan ditentukan oleh mekanisme pasar (Setiawan, 2015:18).

F. Reputasi Auditor

Auditing merupakan proses pengumpulan dan pengevaluasian bahan bukti tentang informasi yang dapat diukur mengenai suatu entitas ekonomi yang dilakukan seseorang yang kompeten dan independent untuk dapat menentukan dan melaporkan kesesuaian informasi yang dimaksud dengan kriteria- kriteria yang telah ditetapkan. Audit yang dilakukan oleh KAP yang prestisius menunjukkan bahwa informasi yang disajikan berkualitas. Saat perusahaan menggunakan jasa auditor yang bereputasi tinggi, hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai tingkat kemampuan yang baik dalam menaikkan usahanya (Nurfauziah dan Safitri, 2013:82).

G. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan cerminan potensi perusahaan dalam menghasilkan arus kas dan kemampuan untuk mengakses informasi yang lebih besar. Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menentukan besar atau kecilnya perusahaan yang ditunjukkan dengan total aset yang dimilikinya (Suyatmin dalam Aini. 2013:91). Informasi mengenai prospek perusahaan berskala besar lebih mudah diperoleh investor daripada perusahaan berskala kecil karena perusahaan berskala besar cenderung lebih dikenal masyarakat. Tingkat ketidakpastian yang akan dihadapi oleh calon investor mengenai masa depan perusahaan dapat diperkecil apabila informasi yang diperoleh banyak. Dengan rendahnya tingkat ketidakpastian perusahaan berskala besar, maka akan mendorong investor untuk melakukan investasi. Dengan demikian perusahaan dan penjamin emisi cenderung menentukan harga penawaran perdana yang sewajarnya atau dengan kata lain mengurangi tingkat *Underpricing*. Oleh karena itu disimpulkan semakin besar ukuran perusahaan, maka akan semakin kecil tingkat *Underpricing* (Cornelia et al. 2021:1201).

H. Umur Perusahaan

Umur perusahaan merupakan informasi tentang kemampuan perusahaan dalam bertahan. Perusahaan yang sudah lama berdiri dapat dijadikan sebagai indikasi bahwa perusahaan tersebut banyak pengalaman dan kemampuan yang besar untuk bertahan. Investor cenderung lebih percaya pada perusahaan yang sudah lama berdiri jika dengan perusahaan yang masih baru. Kepercayaan investor ini akan mengakibatkan investor yakin untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan emiten (Pahlevi, 2014:224). Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan dan menjadi bukti perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian (Nurhidayat dalam Aini. 2013:91).

I. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh Reputasi Underwriter Terhadap Tingkat Underpricing

Dalam proses penawaran saham perdana, *underwriter* (penjamin emisi) bertanggung jawab atas penjualan lembar saham emiten, termasuk kemungkinan terhadap sisa saham yang tidak habis terjual. Oleh karena itu, bagi *underwriter* yang belum memiliki reputasi tentunya akan sangat berhati-hati terhadap risiko kerugian akibat saham yang tidak terjual. Hal ini menyebabkan *underwriter* yang belum bereputasi lebih memilih untuk menekan harga saham serendah mungkin. Dengan demikian ada kecenderungan *underwriter* yang memiliki reputasi tinggi lebih berani memberikan harga tinggi sebagai konsekuensi dari kualitas penjaminannya, sehingga tingkat *underpricing* pun rendah (Marofen, dan Khairunnisa, 2015). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Sudjarni (2017), dan Adityawarman (2017), menemukan bahwa reputasi *underwriter* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Reputasi *underwriter* berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*

2. Pengaruh Reputasi Auditor Terhadap Tingkat *Underpricing*

Auditor berkualitas dipercaya mampu berkontribusi menurunkan tingkat *underpricing*. Kode etik auditor yang dipegang teguh dalam memeriksa laporan keuangan perusahaan emiten secara langsung akan menunjukkan independensi. Seperti *underwriter*, auditor akan membawa kabar baik untuk calon investor serta memberi keyakinan untuk harga penawaran yang ditetapkan. Auditor bereputasi akan selalu bersikap profesional untuk dapat meyakinkan investor memilih investasi yang tepat (Syofian dan Sebrina, 2021:141). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Adityawarman (2017), dan Setiawan (2015), menemukan bahwa reputasi auditor memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂: Reputasi auditor berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Tingkat *Underpricing*

Nilai ukuran perusahaan akan menunjukkan skala perusahaan di mata investor. Ukuran ini akan diukur melalui besaran kekayaan, nilai aset, dan nilai buku emiten. Umumnya, perusahaan dengan nilai standar atau dibawah rata-rata perusahaan besar tidak begitu dikenal oleh masyarakat. Tingkat ketidakpastian perusahaan dimasa mendatang dapat diketahui dengan seberapa banyak informasi yang diketahui calon investor. Skala perusahaan diyakini memiliki pengaruh kuat terhadap tingkat *underpricing* perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Sudjarni (2017), dan setiawan (2015), menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*.

4. Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Tingkat *Underpricing*

Umur perusahaan akan dipertimbangkan investor dalam menanamkan modalnya. Umur perusahaan menunjukkan berapa lama perusahaan mampu bertahan dan menjadi bukti perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian. Perusahaan yang beroperasi lebih lama cenderung memiliki informasi perusahaan yang lebih banyak dan luas daripada perusahaan yang baru saja berdiri. Hal tersebut dapat memperkecil ketidakpastian pasar yang akan menurunkan tingkat *Underpricing* (Cornelia, 2021:1201). Hasil penelitian yang

dilakukan oleh Pahlevi (2014), menemukan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄: Umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*.

5. Pengaruh Reputasi *Underwriter*, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan terhadap Tingkat *Underpricing*

Reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan adalah indikator yang dapat dilihat oleh perusahaan apakah melakukan IPO atau tidak dan juga merupakan indikator oleh para investor sebelum melakukan investasi untuk memutuskan apakah akan berinvestasi di suatu perusahaan atau tidak. Nilai reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan dan umur perusahaan yang tinggi akan memberikan penilaian yang baik bagi perusahaan saat akan melakukan IPO. Sedangkan tidak baik bagi investor karena mengurangi *underpricing*. Namun sebaliknya apabila nilai reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan dan umur perusahaan yang rendah akan memberikan penilaian yang buruk bagi perusahaan. Sedangkan baik bagi investor karena akan menambah nilai *underpricing*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mulyani (2017), dan Kristiantari (2013), menemukan bahwa reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap tingkat *underpricing*. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₅: Secara bersama-sama variabel reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat *underpricing*.

III. METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:23) Data Kuantitatif adalah data penelitian yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang di angkakan (*skoring*). di mana data dikumpulkan, dicatat, disusun dan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi yang selanjutnya dilakukan pengukuran nilai-nilai statistiknya untuk membuktikan kebenaran terhadap teori. Penelitian ini merupakan sebuah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena yang ada serta hubungan yang ada. Dalam penelitian ini data yang dibutuhkan adalah data sekunder yang berupa laporan keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Periode tahun 2019- 2021 dengan periode laporan keuangan yang berakhir pada 31 Desember. Data tersebut diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)*, *IDX Fact book*, *IDX Statistic*, <http://www.idx.co.id/>, www.idnfinancials.com.

B. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Metode *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang didasarkan pada beberapa pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria perusahaan yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan *go public* yang melakukan *Initial Public Offering (IPO)* dari tahun 2019 sampai tahun 2021.

2. Menerbitkan laporan keuangan tahunan pada saat melakukan *Initial Public offering* (IPO), memiliki informasi, ketersediaan data dan variabel yang diperlukan dalam melakukan penelitian tersebut serta telah di audit dan di publikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2019-2021.
3. Tersedia nama auditor yang mengaudit dan nama *underwriter*.
4. Perusahaan yang mengalami *underpricing* pada *Initial Public Offering* (IPO) selama periode 2019-2021.
5. Perusahaan yang laporan keuangannya dinyatakan dalam mata uang rupiah.

Tabel 1.
Ringkasan Perolehan Sampel Penelitian

Kriteria Pengambilan Sampel	2019	2020	2021	TOTAL
Perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021	55	51	54	160
Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan pada saat IPO dan datanya tidak lengkap	(0)	(0)	(6)	(6)
Perusahaan yang laporan keuangannya dinyatakan selain dalam Rupiah	(2)	(1)	(2)	(5)
Perusahaan yang tidak mengalami <i>underpricing</i>	(4)	(1)	(8)	(13)
Data Outlier	(2)	(1)	(0)	(3)
Jumlah sampel perusahaan	47	48	38	133

Sumber : Data olahan Peneliti, 2022.

C. Definisi Operasional Variabel

1. Reputasi *Underwriter*

Reputasi *underwriter* adalah skala kualitas *underwriter* dalam penawaran saham emiten. Reputasi *underwriter* diukur berdasarkan peringkat *underwriter*. Variabel reputasi *underwriter* diukur dengan pemeringkatan Bursa Efek Indonesia (BEI) “*The Most Active IDX Members in Total Trading Volume*” yang dipublikasikan pada *IDX Fact Book*. Variabel reputasi *underwriter* juga menggunakan angka *dummy*. Kode 1 untuk *underwriter* yang termasuk di *Top 10 The Most Active Members in Total Trading Volume* pada 1 tahun sebelumnya dan kode 0 bagi yang tidak termasuk (Adityawarman, 2017:4).

2. Reputasi Auditor

Reputasi Auditor diukur berdasarkan frekuensi auditor melakukan audit terhadap laporan keuangan emiten. Dalam penelitian ini dibuat peringkat auditor dengan cara membuat record dari perusahaan yang melakukan IPO dan membuat urutan sesuai dengan frekuensi auditor yang melakukan audit selama 1 tahun dalam periode penelitian. Asumsinya emiten diberi nilai 1 apabila menggunakan jasa auditor yang masuk kategori *big four* dalam setiap tahun dan bila emiten tidak menggunakan jasa auditor yang tidak masuk dalam *big four* dalam setiap tahun diberi skala 0 (Pahlevi, 2014:225).

3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat dijadikan sebagai *proxy* tingkat ketidakpastian saham. Perusahaan yang berskala besar cenderung lebih dikenal oleh masyarakat, sehingga informasi mengenai prospek perusahaan berskala besar lebih mudah diperoleh investor daripada perusahaan berskala kecil. Ukuran perusahaan dihitung dengan menggunakan logaritma dari total aktiva perusahaan (Setiawan, 2015:49).

Size = log of total asset

4. Umur Perusahaan

Umur perusahaan dihitung dalam skala tahun dan diukur dengan lamanya perusahaan beroperasi yaitu sejak perusahaan didirikan sampai dengan ketika perusahaan tersebut melakukan IPO. Informasi mengenai tanggal berdirinya perusahaan dan saat perusahaan tersebut melakukan IPO dapat dilihat di catatan atas laporan keuangan (Pahlevi, 2014:226). Formula Umur Perusahaan dapat dirumuskan:

Age = Lamanya perusahaan beroperasi yaitu sejak perusahaan didirikan sampai dengan ketika perusahaan tersebut melakukan IPO.

5. Underpricing

Underpricing adalah selisih positif antara harga saham di pasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana. Selisih harga inilah yang dikenal sebagai *initial return* (IR) atau positif *return* bagi investor. Dalam penelitian ini, variabel *underpricing* diwakili dengan *initial return* dan diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$IR = \frac{CP - OP}{OP} \times 100\%$$

Keterangan

IR = *Initial Return* (return awal)

CP = *Closing Price* (Harga penutupan pada hari pertama perdagangan di pasar sekunder

OP = *Offering Price* (Harga penawaran perdana)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

A. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2011). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan metode analisis. Analisis Regresi Linear Berganda (*Multiple Linear Regression*), analisis ini secara matematis ditulis dengan persamaan sebagai berikut :

$$U_n = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Dimana :

UP = *Underpricing* hari pertama sebagai dependen variabel

α = Konstanta

X1 = Reputasi *underwriter*

X2 = Reputasi Auditor

X3 = Ukuran Perusahaan

X4 = Umur perusahaan

β_1 = Koefisien regresi reputasi *underwriter*

β_2 = Koefisien regresi reputasi auditor

β_3 = Koefisien regresi Ukuran Perusahaan

β_4 = Koefisien regresi Umur Perusahaan

ε = error term

Tabel 10. Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-7,724	5,284		-1,462	,146		
Reputasi Underwriter	-,149	,313	-,042	-,477	,634	,946	1,057
Reputasi Auditor	-1,218	,503	-,230	-2,424	,017	,805	1,243
Ukuran Perusahaan	2,775	1,054	,257	2,634	,009	,763	1,311
Umur Perusahaan	-,005	,103	-,004	-,047	,962	,898	1,114

a. Dependent Variable: Underpricing_sqrt
Sumber : Data sekunder yang diolah, 2022.

Persamaan regresi dapat diperoleh dari tabel 12 diatas, persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = (-7,724) \alpha - 0,149 (RU) - 1,218 (RA) + 2,775 (UK) - 0,005 (UM) + \epsilon$$

Interprestasi dari regresi diatas adalah sebagai berikut:

- Nilai Constant = -7,724, ini berarti jika nilai variabel Reputasi *Underwriter*, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan, memiliki nilai Nol, maka nilai *Underpricing* sebesar -7,724.
- Nilai X1 (Reputasi *Underwriter*) = Variabel ini memiliki nilai Koefisien beta sebesar -0,149 dengan hubungan negatif, artinya menunjukkan bahwa Reputasi *Underwriter* mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan *Underpricing* yaitu setiap kenaikan 1 persen Reputasi *Underwriter*, maka *Underpricing* akan mengalami penurunan sebesar 0,149.
- Nilai X2 (Reputasi Auditor) = Variabel ini memiliki nilai Koefisien beta sebesar -1,218 dengan hubungan negatif, artinya menunjukkan bahwa Reputasi Auditor mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan *Underpricing* yaitu setiap kenaikan 1 persen Reputasi Auditor, maka *Underpricing* akan mengalami penurunan sebesar 1,218.
- Nilai X3 (Ukuran Perusahaan) = ini memiliki nilai Koefisien beta sebesar 2,775 dengan hubungan positif, artinya bahwa setiap kenaikan jumlah Ukuran Perusahaan mempunyai hubungan yang searah dengan *Underpricing* setiap kenaikan 1 persen Ukuran Perusahaan, maka *Underpricing* akan mengalami kenaikan sebesar 2,775.
- Nilai X4 (Umur Perusahaan) = ini memiliki nilai Koefisien beta sebesar -0,005 dengan hubungan negatif, artinya bahwa Umur Perusahaan mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan *Underpricing* setiap kenaikan 1 persen Umur Perusahaan, maka *Underpricing* akan mengalami penurunan sebesar -0,005.

B. Uji Statistik T

Tabel 11. Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-7,724	5,284		-1,462	,146		
Reputasi Underwriter	-,149	,313	-,042	-,477	,634	,946	1,057
Reputasi Auditor	-1,218	,503	-,230	-2,424	,017	,805	1,243
Ukuran Perusahaan	2,775	1,054	,257	2,634	,009	,763	1,311
Umur Perusahaan	-,005	,103	-,004	-,047	,962	,898	1,114

a. Dependent Variable: Underpricing_sqrt
Sumber : Data sekunder yang diolah, 2022.

Berdasarkan hasil uji t diatas dengan memperhatikan nilai t dan tingkat signifikannya, maka dapat disimpulkan:

- a. Variabel Reputasi *Underwriter*, hasil pengujian ini menunjukkan nilai signifikansi 0,634 lebih besar dari pada nilai signifikansi yang telah ditetapkan yaitu (0,05), dan memiliki nilai $t = -0,477$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Reputasi *Underwriter* memiliki hubungan Negatif dengan tingkat *Underpricing* namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Underpricing*.
- b. Variabel Reputasi Auditor, hasil pengujian ini menunjukkan nilai signifikansi 0,017 lebih kecil daripada nilai signifikansi yang telah ditetapkan yaitu (0,05), dan memiliki nilai $t = -2,424$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Reputasi Auditor memiliki hubungan Negatif dengan tingkat *Underpricing* dan berpengaruh secara signifikan terhadap *Underpricing*.
- c. Variabel Ukuran Perusahaan, hasil pengujian ini menunjukkan nilai signifikansi 0,009 lebih kecil daripada nilai signifikansi yang telah ditetapkan yaitu (0,05), dan memiliki nilai $t = 2,634$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan memiliki hubungan Positif dengan tingkat *Underpricing* dan berpengaruh secara signifikan terhadap *Underpricing*.
- d. Variabel Umur Perusahaan, hasil pengujian ini menunjukkan nilai signifikansi 0,962 lebih kecil daripada nilai signifikansi yang telah ditetapkan yaitu (0,05), dan memiliki nilai $t = -0,047$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Umur Perusahaan memiliki hubungan Negatif dengan tingkat *Underpricing* dan namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Underpricing*.

Berdasarkan uji t diatas maka dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak karena Reputasi *Underwriter* berpengaruh tidak signifikan terhadap tingkat *Underpricing*. H2 diterima karena Reputasi Auditor berpengaruh Negatif dan signifikan terhadap tingkat *Underpricing*. H3 diterima karena Ukuran Perusahaan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap tingkat *Underpricing*. H4 ditolak karena Umur Perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap tingkat *Underpricing*.

C. Uji F

**Tabel 12. Uji F
NOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	27,562	4	6,890	2,548	,042 ^b
Residual	346,106	128	2,704		
Total	373,668	132			

a. Dependent Variable: Underpricing_sqrt

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

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2022.

Berdasarkan Tabel 12 diatas diketahui Nilai tingkat signifikan 0,042, hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikan tersebut jauh lebih kecil dari 5% (0,05) atau 0,042 < 0,05. Sedangkan nilai F hitung sebesar 2,548 dan nilai F tabel sebesar 2,44 artinya 2,548 > 2,44 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H5 diterima karena variabel Reputasi *Underwriter*, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap tingkat *Underpricing*.

D. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

**Tabel 13. Uji Koefisien Determinasi R²
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,272 ^a	,074	,045	1,64437

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

b. Dependent Variable: Underpricing_sqrt

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2022.

Nilai dari adjusted R-square pada Tabel 13 adalah 0,045 yang berarti 4,5% variasi tingkat *underpricing* dapat dijelaskan oleh variasi dari reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan sedangkan sisanya 95,5% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model.

2. Pembahasan

a. Pengaruh Reputasi *Underwriter* Terhadap Tingkat *Underpricing*

Hasil dari pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi *underwriter* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Sehingga disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Mulyani (2017) yang memperoleh hasil bahwa reputasi *underwriter* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adityawarman (2017) Syofian dan Sabrina (2021), dimana penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa reputasi *underwriter* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat *underpricing*.

Tidak berpengaruhnya reputasi *underwriter* terhadap *underpricing* saham, ini menunjukkan bahwa penggunaan *underwriter* yang bereputasi baik oleh emiten, tidak

menjamin bahwa investor dapat menilai penggunaan *underwriter* yang bereputasi akan memberikan opini positif bagi pasar untuk menilai kualitas emiten. *Underpricing* tidak didasarkan pada reputasi *underwriter* dan keaktifan *underwriter* dalam pasar. Investor memiliki penilaiannya sendiri terhadap reputasi *underwriter*. Hal ini disebabkan karena pasar modal yang ada di Indonesia belum sepenuhnya mempercayai kualitas *underwriter*. Terkadang penggunaan *underwriter* yang memiliki reputasi baik mudah di tiru oleh emiten yang ingin meningkatkan nilai IPO, namun banyak yang tidak sesuai dengan keadaan pasar itu sendiri. Di Indonesia sendiri lembaga pemeringkatan reputasi *underwriter* yang mengeluarkan, dasar tolak ukur *underwriter* yang baik belum ada.

b. Pengaruh Reputasi Auditor Terhadap Tingkat *Underpricing*

Hasil dari pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi auditor berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Pengaruh yang ditimbulkan merupakan pengaruh negatif yang artinya, bahwa semakin tinggi reputasi auditor, maka tingkat *underpricing* akan rendah. Sehingga disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Wiyani (2017) yang memperoleh hasil bahwa reputasi auditor berpengaruh negatif signifikan terhadap tingkat *underpricing*.

Peran auditor adalah untuk memeriksa laporan keuangan suatu perusahaan sebagai calon emiten, yang akan menjadi salah satu sumber informasi yang dibutuhkan penjamin emisi dan calon investor ketika mengambil keputusan. Penggunaan jasa auditor independen dalam mengaudit sebuah laporan keuangan perusahaan akan mengurangi ketidakpastian investor terhadap sebuah laporan keuangan suatu perusahaan. Auditor dengan reputasi tinggi dapat menjadi sinyal positif bagi perusahaan penerbit. Seorang auditor dengan reputasi yang baik untuk mengaudit laporan keuangan dengan mengatakan bahwa informasi yang diberikan oleh perusahaan tidak menyesatkan. Ini akan mengurangi tingkat ketidakpastian tentang nilai masa depan perusahaan dan dengan demikian mengurangi kemungkinan *underpricing*.

c. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Tingkat *Underpricing*

Hasil dari pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Pengaruh yang ditimbulkan merupakan pengaruh positif yang artinya, bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka tingkat *underpricing* akan tinggi. Sehingga disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Setiawan (2015) dan Putra & Sudjarni (2017) yang memperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syofian dan Sabrina (2021), dimana penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya dana yang dimiliki perusahaan. Banyak investor yang beropini semakin besar suatu ukuran perusahaan maka daya kelola perusahaan dan manajemen investasinya layak dipercaya. Informasi mengenai perusahaan yang berskala besar lebih mudah diakses, hal ini pula yang dapat mengurangi tingkat ketidakpastian investor akan informasi perusahaan dan prospek yang dimiliki perusahaan tersebut. Dengan ketersediaan informasi yang ada para investor dapat menganalisis dengan pasti bagaimana pertumbuhan serta kinerja

suatu perusahaan. Hal ini dapat menarik minat investor untuk berinvestasi terhadap perusahaan tersebut.

d. Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Tingkat *Underpricing*

Hasil dari pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Sehingga disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H4) ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Setiawan (2015) dan Wiyani (2016) dimana penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pahlevi (2014), dimana penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa umur perusahaan memiliki berpengaruh negatif signifikan terhadap tingkat *underpricing*.

Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*, hal ini menyebabkan keraguan akan nilai suatu perusahaan dimasa mendatang. Keraguan ini membuat investor untuk melakukan investasi uangnya di saham perusahaan tersebut. Jadi seberapa lama perusahaan berdiri, tidak mempengaruhi terhadap tingkat *underpricing* saham. Umur perusahaan tidak menjamin bahwa perusahaan tersebut dapat memperoleh keuntungan dimasa mendatang.

e. Pengaruh Reputasi *Underwriter*, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan Terhadap Tingkat *Underpricing*

Hasil dari pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan dan umur perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Sehingga disimpulkan bahwa hipotesis kelima (H5) diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Mulyani (2017) dimana penelitian tersebut memperoleh hasil uji simultan menunjukkan bahwa reputasi *underwriter*, reputasi auditor, *financial leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing*.

Dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan dan umur perusahaan, dapat mempengaruhi tingkat *underpricing* saham sebesar 4,5% sedangkan sisanya 95,5% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar variabel yang diteliti. *Underpricing* dapat disebabkan dari berbagai faktor, dalam penelitian ini faktor-faktor yang diteliti secara bersama-sama berpengaruh terhadap *underpricing*. Ini berarti reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan dan umur perusahaan menjadi variabel yang di pertimbangkan oleh investor ketika akan melakukan investasinya terhadap perusahaan-perusahaan yang melakukan IPO.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari analisis data yang telah dilakukan pada penelitian tentang “Pengaruh Reputasi *Underwriter*, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan Terhadap Tingkat *Underpricing* Saham Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di PT Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai variabel yang digunakan. Perusahaan yang menjadi sampel adalah perusahaan yang melakukan *initial public offering* (IPO) dan mengalami *underpricing*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji t. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Reputasi *underwriter* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi maupun rendahnya reputasi *underwriter*, tidak berpengaruh terhadap tingkat *underpricing*.
2. Reputasi auditor berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi reputasi auditor, maka tingkat *underpricing* akan semakin rendah.
3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi reputasi auditor, maka tingkat *underpricing* akan semakin tinggi.
4. Umur perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi maupun rendahnya umur perusahaan, tidak berpengaruh terhadap tingkat *underpricing*.
5. Reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi *underpricing* dengan tingkat signifikan 0,042, dan keempat variabel bebas tersebut mampu menjelaskan perubahan terhadap *underpricing* sebesar 4,5 %, dan sisanya 95,5 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* agar mengurangi resiko rendahnya harga saham di pasar perdana dibandingkan harga saham di pasar sekunder yang mengakibatkan *underpricing*, sehingga dana yang diharapkan dalam melakukan penawaran umum perdana dapat diperoleh dengan maksimal.
2. Bagi Investor dan calon Investor yang akan melakukan investasi pada perusahaan yang melakukan IPO, berdasarkan hasil penelitian yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tingkat *underpricing*, maka peneliti menyarankan ketika akan mengambil keputusan untuk melakukan investasi dapat menggunakan ukuran perusahaan sebagai salah satu pertimbangan dalam berinvestasi, agar calon investor dapat memperoleh keuntungan yang optimal.
3. Bagi Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih baik lagi dalam mengukur variabel seperti reputasi *underwriter* dan reputasi auditor.
4. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan faktor-faktor lain yang diduga dapat mempengaruhi tingkat *underpricing* saham pada perusahaan baik informasi dalam perusahaan maupun di luar perusahaan.
5. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan data waktu penelitian yang terbaru dan menggunakan waktu penelitian yang lebih lama sehingga hasilnya juga semakin akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityawarman, E. K. A. (2017). "Pengaruh Reputasi Auditor, Reputasi *Underwriter*, Dan *Persentase Free Float* Terhadap Tingkat *Underpricing* Pada *Initial Public Offering* (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang *Go Public* Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2014). *Diponegoro Journal Of Accounting*. Volume 6, Nomor 2, (hlm 1-9).
- Aini, Shoviyah Nur. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Underpricing* Saham pada Perusahaan IPO Di BEI Periode 2007-2011. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(1): 88-102.

Jurnal Manajemen Diversifikasi

Vol. 3. No. 4 (2023)

- Anwar, Mokhamad. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.
- Cornelia et al. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Underpricing* Saham pada Perusahaan yang Melakukan *Initial Public Offering* (Ipo) di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*. Vol. 8 No. 4, pp. 1195-1212.
- Febriyanto, F. Analisis Nilai Kurs Rupiah Dan Nilai Indonesia Crude Price (Icp) Serta Pengaruhnya Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (Ihsg) Ditengah Pemberlakuan Mea 2015 (Doctoral dissertation, Darmajaya Informatics and Business Institute).
- Febriyanto. (2016). Analisis Perubahan Nilai Indonesia *Crude Price* (Icp) Dan Pengaruhnya Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (Ihsg) Periode Pengamatan Sebelum Pemberlakuan MEA. *Jurnal Manajemen*. Vol. 10, No. 1, (hlm 10-25).
- Febriyanto, F. (2018). Keputusan Diversifikasi Portofolio Investasi Diera Mea. *Fidusia: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 1(2).
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Undip. Semarang.
- Husnan, Suad. (2014). *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. (Edisi Keempat). Yogyakarta: BPFPE.
- Kristiantari, I.D.A. (2012). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Underpricing* Saham pada Penawaran Saham Perdana Di BEI. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 2(2): 3-109.
- Mulyani, Rita. (2017). Pengaruh Reputasi *Underwriter* Dan Auditor, *Financial Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Underpricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Melakukan IPO Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2015). *Jurnal JESKaPe*. Vol. 1, No. 2,(99-118).
- Nurfauziah. dan Safitri, R. S. E. (2013). Pengaruh Reputasi *Underwriter* Dan Reputasi Auditor Terhadap *Underpricing*. *Jurnal Siasat Bisnis* Vol. 17, No. 1, (hlm 80-89).
- Pahlevi, R. W. (2014). “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Underpricing* Saham Pada Penawaran Saham Perdana Di Bursa Efek Indonesia”. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol. 18 No. 2, (hlm 219-232).
- Putra, D. G., Rahayu, R., & Putri, A. (2021). *The influence of Enterprise Resource Planning(ERP) Implementation System on Company Performance Mediated by Organizational Capabilities*. *Journal of Accounting and Investment*, 22(2).
- Putra, I. P. E. P. & Sudjarni, L. K. (2017). “Pengaruh Reputasi *Underwriter*, Ukuran Perusahaan, dan Jenis Industri Terhadap *Underpricing* Saat IPO di BEI”. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 6, No. 1, (hlm 492-520).

Jurnal Manajemen Diversifikasi

Vol. 3. No. 4 (2023)

Setiawan, A. N. (2015). “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing Saham Pada Penawaran Saham Perdana Di Bursa Efek Indonesia*”. Skripsi. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sunariyah. (2011). *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*. (Edisi Keenam). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Syofian, A. & Sebrina, N. (2021). Pengaruh Reputasi *Underwriter*, Reputasi Auditor, dan Ukuran Perusahaan terhadap *Underpricing* Perusahaan yang Melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di BEI. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* Vol. 3, No. 1, (hlm 137-152).

Wiyani, Natalia Titik. (2016). *Underpricing Pada Initial Public Offering* (Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011 - 2014). *JURNAL ONLINE INSAN AKUNTAN*. Vol.1, No.2, (hlm 341-358).

www.idnfinancials.com

www.idx.co.id