

Pengaruh Reputasi *Underwriter*, Umur Perusahaan dan *Financial Leverage* terhadap *Underpricing* pada Perusahaan yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia

Miftahul Jannah*

Institut Agama Islam Negeri Parepare, Indonesia

Citation (APA 7th): Jannah, Miftahul. (2024). *Pengaruh Reputasi Underwriter, Umur Perusahaan dan Financial Leverage terhadap Underpricing pada Perusahaan yang Go Public di Bursa Efek Indonesia*. Taswiq: Jurnal Ekonomi Syariah, 1 (2), 43-53.
<https://doi.org/10.35905/taswiq.v1i2.10788>

Submitted: 02 September 2024

Revised: 03 November 2024

Accepted: 07 December 2024

Published: 07 December



Copyright: © 2024 by the authors.

ABSTRACT: *The aim of this research is to prove the influence of Underwriter Reputation, Company Age and Financial Leverage on underpricing in Companies that Go Public on the Indonesian Stock Exchange. The analysis method used is Multiple Linear Regression Analysis using the SPSS analysis tool version 24.00. The observation period carried out is 2023. With a total research sample of 79 issuers. Based on the results of data analysis using statistical tests, it is known that underwriter reputation has a positive and significant effect on underpricing, company age has a negative and insignificant effect on underpricing. Financial leverage has a positive and insignificant effect on underpricing.*

Keywords: *Underwriter Reputation; Company Age; Financial Leverage; Underpricing*

ABSTRAK: Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan pengaruh Reputasi *Underwriter*, Umur Perusahaan dan *Financial Leverage* terhadap *underpricing* pada Perusahaan yang *Go Public* Di Bursa Efek Indonesia. Adapun metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS versi 24.00. Periode pengamatan yang dilakukan adalah tahun 2023. Dengan jumlah sampel penelitian sejumlah 79 emiten. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji statistik diketahui bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *underpricing*, umur perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *underpricing*. *Financial leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *underpricing*.

Kata Kunci: *Reputasi Underwriter; Umur Perusahaan; Financial Leverage; Underpricing*

*Corresponding Author : miftahuljn.mj@gmail.com

DOI: 10.35905/taswiq.v1i2.10788

ISSN-E:

ISSN-P:

<https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/taswiq/>

Publisher: Program Studi Pascasarjana Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Parepare

PENDAHULUAN

Kelangsungan hidup maupun kemampuan berkembang suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh ketersediaan modal. Kebutuhan atas modal yang diperlukan oleh suatu perusahaan dapat diperoleh antara lain dengan mengajukan kredit kepada bank, pinjaman kepada lembaga keuangan atau menggabungkan, meleburkan maupun mengalihkan perusahaannya kepada perusahaan lain. Namun terdapat alternatif lain yang dapat dilakukan dalam mencari tambahan modal, yaitu mencari pihak yang bersedia membeli sebagian kepemilikan perusahaan. Penjualan kepemilikan dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satu caranya yaitu melalui penjualan sebagian dari saham perusahaan dalam bentuk efek kepada masyarakat luas yang dalam hal ini disebut sebagai investor atau pemodal.

Kebutuhan akan penambahan modal akan semakin besar seiring dengan perkembangan perusahaan. Hal ini akan mendorong manajemen untuk memilih salah satu dari alternatif-alternatif pembiayaan yang dapat digunakan. Salah satu alternatif pendanaan dari luar perusahaan adalah melalui mekanisme penyertaan yang umumnya dilakukan dengan menjual saham perusahaan kepada publik atau yang sering dikenal dengan *go public* (Pasaribu, 2019).

Dalam proses *go public*, sebelum dipasarkan ke 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) (Pangesti, 2020). Harga saham yang akan dijual perusahaan pada pasar perdana ditentukan oleh kesepakatan antara emiten (perusahaan penerbit) dengan *underwriter* (penjamin emisi), sedangkan harga saham yang dijual pada pasar sekunder ditentukan oleh mekanisme pasar, yaitu permintaan dan penawaran. Penawaran saham secara perdana ke publik atau masyarakat melalui pasar perdana ini dikenal dengan istilah *Initial Public Offering*.

Hal yang menarik terjadi dipenawaran perdana ke publik adalah fenomena harga rendah (*underpricing*). Permasalahan yang sering muncul ketika proses IPO adalah ketika terjadi fenomena *underpricing*. *Underpricing* terjadi ketika harga saham di pasar perdana lebih rendah dari pada harga saham di pasar sekunder saat penutupan di hari pertama IPO. Berdasarkan data yang diperoleh sepanjang tahun 2023, tercatat ada 79 perusahaan baru yang melantai di pasar modal. Dari total 58 emiten tersebut, sebanyak 28 emiten berhasil mendongkrak kinerja saham dari awal IPO hingga penutupan perdagangan akhir tahun. Namun, 51 emiten justru melemah. (www.e-bursa.com)

Penelitian ini mengambil tiga variabel yang diduga mempengaruhi terjadinya fenomena *underpricing*. Variabel-variabel tersebut adalah Reputasi *Underwriter*, Umur Perusahaan dan *Financial Leverage*. Alasan pemilihan variabel reputasi *underwriter* adalah karena selain sebagai salah satu penentu harga saham IPO, *underwriter* juga merupakan motor dalam proses IPO. *Underwriter* yang menjadi pihak dalam menjembatani kepentingan emiten dan investor ini diduga memiliki pengaruh yang tinggi terhadap tinggi rendahnya tingkat *underpricing*.

Alasan pemilihan variabel umur perusahaan yaitu lamanya umur suatu perusahaan mengindikasikan banyaknya informasi yang telah diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut, dengan demikian dapat mengurangi adanya asimetri informasi antara emiten, *underwriter* dan investor, dan alasan untuk variabel *financial leverage* adalah apabila sebuah perusahaan memiliki risiko kegagalan untuk mengembalikan pinjamannya secara otomatis dapat mempengaruhi daya beli calon investor.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka penulis akan meneliti dengan judul “Pengaruh Reputasi *Underwriter*, Umur Perusahaan, dan *Financial Leverage* Terhadap *Underpricing* pada Perusahaan yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia”.

TINJAUAN TEORITIS

1. *Go Public*

a. Pengertian *Go Public*

Pengertian *go public* dalam konteks pasar modal adalah istilah yang ditujukan pada perusahaan yang menjual sebagian sahamnya ke masyarakat dan mencatat sahamnya di Bursa Efek. *Go public* juga biasa disebut sebagai penawaran umum perdana atau *Initial Public Offering* (IPO). Penawaran Perdana Saham atau *Initial Public Offering* (IPO) merupakan suatu mekanisme dimana perusahaan untuk pertama kalinya mengeluarkan saham baru yang kemudian ditawarkan kepada publik (Harahap et al., 2020).

b. Proses *Go Public*

Pihak *intern* perusahaan atau calon emiten sebelum emisi di pasar perdana perlu melaksanakan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) untuk menyetujui rencana *go public* yang diajukan manajemen perusahaan. Perusahaan lalu menunjuk profesi dan lembaga penunjang untuk membantu menyiapkan kelengkapan dokumen emisi yang digunakan untuk menyampaikan pendaftaran kepada BAPEPAM-LK. Bursa Efek sebelumnya memberikan persetujuannya melalui Kontrak Pendahuluan. BAPEPAM-LK kemudian memproses dokumen calon emiten untuk melakukan IPO, mulai dari tahap dokumen Pernyataan Pendaftaran yang diajukan emiten hingga akhirnya BAPEPAM-LK memberikan Pernyataan Efektif.

Emiten yang mendapatkan Pernyataan Efektif telah bisa melakukan *Initial Public Offering* (IPO) atau penawaran umum perdana. Tahapan ini merupakan tahapan utama, karena pada waktu inilah emiten menawarkan saham kepada investor di pasar perdana. Penawaran umum ini dilakukan oleh penjamin emisi (*underwriter*) dan agen penjualan. *Underwriter* bersama emiten pada tahapan ini melakukan penjabatan hingga distribusi efek kepada investor secara elektronik.

Emiten yang telah memperoleh dana melalui penawaran umum di pasar perdana, kemudian mencatatkan sahamnya di Bursa Efek. Perdagangan antar investor di pasar sekunder terjadi di tahapan ini, dimana harga saham akan bergantung pada mekanisme pasar atau pada hukum penawaran dan permintaan. Perusahaan publik selanjutnya sebagai bentuk tanggung jawabnya

kepada investor harus melakukan keterbukaan informasi melalui penerbitan laporan berkala atau laporan kejadian penting lainnya (Bonjou & Muryanto, 2019).

2. *Initial Public Offering*

a. Pengertian *Initial Public Offering* (IPO)

Initial Public Offering (IPO) merupakan penawaran saham di pasar perdana yang dilakukan perusahaan yang hendak *go public*. Pasar perdana merupakan pasar dimana terjadi pembelian saham dari perusahaan (emiten) oleh investor untuk pertama kalinya. Setelah saham dijual di pasar perdana kemudian saham tersebut didaftarkan di pasar sekunder (*listing*), dengan mendaftarkan saham tersebut di bursa, saham tersebut mulai dapat diperdagangkan di Bursa Efek bersama dengan efek yang lain (Purwanti, 2017)

Apabila harga saham pada pasar perdana (IPO) lebih rendah dibandingkan dengan harga saham pada pasar sekunder pada hari pertama, maka akan terjadi fenomena harga rendah di penawaran perdana, yang disebut *underpricing*. Sebaliknya, apabila harga saat IPO lebih tinggi dibandingkan dengan harga saham pada pasar sekunder pada hari pertama, maka fenomena ini disebut *overpricing* (Permatasari, 2017).

b. Pengertian *Underpricing*

Ketika perusahaan pertama kali melakukan penawaran sahamnya ke pasar modal, masalah yang dihadapi adalah penentuan harga di pasar perdana tersebut. Di satu pihak pemegang saham lama tidak ingin menawarkan saham baru dengan harga yang terlalu murah kepada investor baru, tetapi disisi lain investor menginginkan untuk memperoleh *capital gains* dari pembelian saham di pasar perdana tersebut (Yunita, 2016)

Menurut Lusiana, dkk menjelaskan bahwa *underpricing* adalah adanya selisih positif antara harga saham di pasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana atau saat IPO (Lusiawati et al., 2022). *Underpricing* disebabkan oleh perbedaan kepentingan dari pihak-pihak yang terkait dalam penawaran saham perdana. Harga saham yang dijual di pasar perdana ditentukan berdasarkan kesepakatan antara penjamin emisi (*underwriter*) dan emiten (*issuers*), sedangkan harga di pasar sekunder ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran. (Oktavia, 2019) mendefinisikan *underpricing* terbentuk atas suatu kondisi dimana secara rata-rata harga saham perusahaan yang baru *go public*, biasanya harga pada penawaran perdana lebih rendah dari pada harga saham di pasar sekunder.

c. Fenomena *Underpricing*

Fenomena *underpricing* merupakan sinyal positif bagi investor yang menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemungkinan memberikan keuntungan dimasa mendatang. Investor yang membeli saham saat penawaran perdana berharap agar harga sahamnya meningkat di pasar sekunder. Hal ini menunjukkan bahwa dengan kondisi *underpricing*, keuntungan berupa *initial return* akan didapat oleh investor. *Initial return* merupakan tingkat pengembalian yang diperoleh investor selama periode dari saat saham yang dibeli pada pasar perdana dengan harga penutupan pada hari pertama (Amas, 2019).

Bagi emiten fenomena *underpricing* dianggap sebagai suatu kondisi yang merugikan karena kemampuan untuk mendapatkan dana yang maksimal tidak dapat diraih. Meskipun demikian murahness harga saham di pasar perdana dibandingkan dengan harga di pasar sekunder juga menguntungkan bagi emiten karena perusahaan yang mengalami *underpricing* berarti menandakan perusahaan akan memberikan keuntungan kepada investor. Sehingga saat emiten melakukan penawaran saham kembali kemungkinan besar saham tersebut akan laku terjual (Amorta, 2022).

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Underpricing*

Fenomena *underpricing* tentu dipengaruhi beberapa faktor dan berikut akan dibahas beberapa faktor yang menjadi variabel dalam penelitian ini yakni reputasi *underwriter*, umur perusahaan dan *financial leverage*.

3. Underwriter

a. Reputasi *Underwriter*

Menurut (Situmorang, 2020) *Underwriter* adalah perusahaan swasta atau BUMN yang menjadi penanggung jawab atas terjualnya saham yang dikeluarkan oleh emiten. Jadi, sebenarnya penjamin emisi atau *underwriter* inilah yang menjual saham, sedangkan emiten hanya menerbitkannya. Oleh Karena itu, terdapat hubungan yang erat antara emiten dengan *underwriter* karena tinggi rendahnya harga saham perdana yang akan dibeli investor tergantung pada kesepakatan yang terjadi antara *underwriter* dengan emiten. Peran penjamin emisi dalam perdagangan saham yaitu menjamin terjualnya saham yang diterbitkan emiten sehingga *underwriter* lebih banyak mewakili kepentingan emiten.

Menurut (Kurnianingsih & Pahlevi, 2024), bagi *underwriter* yang belum mempunyai reputasi akan sangat berhati-hati untuk menghindari resiko membeli saham yang tidak terjual. Oleh karena itu mereka menetapkan harga saham perdana lebih rendah dibandingkan harga di pasar sekunder, sedangkan bagi *underwriter* yang memiliki reputasi tinggi mereka berani memberikan harga yang tinggi sebagai konsekuensi dari kualitas penjaminannya.

4. Umur Perusahaan

Umur perusahaan merupakan informasi tentang kemampuan perusahaan dalam bertahan. Variabel ini diukur dengan lamanya perusahaan beroperasi yaitu sejak perusahaan itu didirikan sampai dengan saat perusahaan itu melakukan IPO (Ng et al., 2023).

Perusahaan yang sudah lama berdiri dapat dijadikan sebagai indikasi bahwa perusahaan tersebut mempunyai banyak pengalaman dan kemampuan yang besar untuk bertahan. Investor cenderung lebih percaya pada perusahaan yang sudah lama berdiri jika dibandingkan dengan perusahaan yang masih baru. Kepercayaan investor inilah yang mengakibatkan investor yakin untuk menginvestasikan dananya pada saham perusahaan emiten, dengan minat investor yang tinggi akan saham tersebut, maka akan mendorong harga saham di pasar sekunder yang dapat menyebabkan tingkat *underpricing* meningkat sehingga *initial return* juga akan meningkat.

Umur perusahaan (*age*) dihitung dalam tahun dan diukur dengan lamanya perusahaan beroperasi yaitu sejak didirikan sampai dengan ketika perusahaan

tersebut melakukan IPO. Informasi mengenai tanggal berdirinya perusahaan dan saat tersebut melakukan IPO dapat dilihat di catatan atas laporan keuangan (Romandhon & Nazilah, 2023).

5. *Financial Leverage*

Financial leverage dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menggunakan kewajiban-kewajiban *financial* yang sifatnya tetap untuk memperbesar atau menambah pengaruh perubahan EBIT terhadap pendapatan per lembar saham biasa (Persada & Ariyani, 2019).

Besarnya *financial leverage* perusahaan akan menunjukkan semakin besarnya risiko *financial* atau risiko kegagalan perusahaan untuk mengembalikan pinjamannya sehingga dapat mempengaruhi penetapan harga saham yang wajar pada saat IPO. *Financial leverage* yang tinggi akan mengakibatkan penetapan harga saham yang cenderung *underpriced* karena akan berpengaruh pada tingginya ketidakpastian *return* yang akan diterima investor atas investasinya. Oleh karena itu semakin tinggi *financial leverage* perusahaan maka akan semakin besar pula tingkat *underpricing* (Sartika et al., 2022). Variabel ini diukur dengan formula:

$$\text{Financial leverage} = \frac{\text{Debt}}{\text{Equity}}$$

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan library research atau kajian pustaka dan dokumentasi. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis pengaruh ketiga variable terhadap *underpricing* dengan merujuk pada sumber-sumber literatur yang relevan. Metode ini memungkinkan pemahaman mendalam mengenai bagaimana ketiga variable tersebut diterapkan dalam konteks pembelian saham pada BEI. Penelitian ini mengacu pada kajian-kajian terdahulu, seperti yang dijelaskan oleh (Kurnianingsih & Pahlevi, 2024) untuk memberikan dasar teori dan hasil yang relevan.

HASIL

Unit penelitian ini adalah perusahaan yang ada di Indonesia yang dalam melakukan kegiatan IPO (*Initial Public Offering*) mengalami *underpricing* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2023. Jumlah perusahaan yang melakukan IPO adalah sebanyak 79 perusahaan pada tahun 2023, dimana dari jumlah tersebut sebanyak 51 emiten yang mengalami *underpricing*, sedangkan 28 emiten tidak dimasukkan ke dalam sampel penelitian ini karena mengalami *overpricing*, tapi hanya 51 emiten yang mempublikasikan laporan keuangan pada tahun 2023. Sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 51 emiten yang dalam melakukan IPO mengalami *underpricing* pada tahun 2023.

Underpricing adalah adanya selisih positif antara harga saham di pasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana atau saat IPO. Selisih harga inilah yang dikenal dengan istilah *initial return* atau positif *return* bagi investor.

Berikut adalah perusahaan yang dikelompokkan berdasarkan sektornya masing-masing, sebagai berikut:

1. Sektor Properti, *Real Estate* dan Konstruksi Bangunan. Sektor Properti, *Real Estate* dan Konstruksi Bangunan merupakan salah satu sektor di Bursa Efek Indonesia. Sektor ini terdiri dari dua sub sektor yaitu, Sub Sektor Properti dan *Real Estate*, serta Sub Sektor Konstruksi Bangunan.
2. Sektor Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi. Sektor Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi merupakan salah satu sektor di Bursa Efek Indonesia, dimana memiliki lima sub sektor yaitu diantaranya; Sub Sektor Energi; Sub Sektor Jalan Tol, Pelabuhan, Bandara dan Sejenisnya; Telekomunikasi.
3. Sektor Perdagangan, Jasa dan Investasi. Sektor Perdagangan, Jasa dan Investasi merupakan salah satu sektor di Bursa Efek Indonesia. Sektor yang dimana perusahaan paling banyak melakukan IPO yang mengalami *underpricing* yaitu 15 emiten. Sektor ini memiliki enam sub sektor yaitu diantaranya; Sub Sektor Perdagangan Eceran; Sub Sektor Restoran, Hotel dan Pariwisata; *Advertising*, *Printing* dan Media.
4. Sektor Pertambangan. Sektor Pertambangan merupakan salah satu sektor di Bursa Efek Indonesia. Sektor ini terdiri dari empat sub sektor yaitu, Sub Sektor Pertambangan Batubara; Sub Sektor Pertambangan Minyak dan Gas Bumi; Sub Sektor Pertambangan Logam dan Mineral; serta Sub Sektor Pertambangan Batu-Batuan.
5. Sektor Industri Barang Konsumsi. Sektor Industri Barang Konsumsi merupakan salah satu sektor di Bursa Efek Indonesia. Sektor ini terdiri dari lima sub sektor yaitu, Sub Sektor Makanan dan Minuman; Sub Sektor Rokok; Sub Sektor Farmasi; Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga; dan Sub Sektor Peralatan Rumah Tangga.
6. Sektor Aneka Industri. Sektor Aneka Industri merupakan salah satu sektor di Bursa Efek Indonesia. Sektor ini terdiri dari enam sub sektor yaitu, Sub Sektor Mesin dan Alat Berat; Sub Sektor Otomotif dan Komponennya; Sub Sektor Tekstil dan Garmen; Sub Sektor Alas Kaki; Sub Sektor Kabel dan Sub Sektor Elektronika.
7. Sektor Industri Dasar Kimia. Sektor Industri Dasar Kimia merupakan salah satu sektor di Bursa Efek Indonesia. Sektor ini terdiri dari delapan sub sektor yaitu, Sub Sektor Semen; Sub Sektor Keramik, Porselen dan Kaca; Sub Sektor Logam dan Sejenisnya; Sub Sektor Kimia; Sub Sektor Plastik dan Kemasan; Sub Sektor Pakan Ternak; Sub Sektor Kayu dan Pengolahannya; serta Sub Sektor Pulp dan Kertas.
8. Sektor Pertanian. Sektor Pertanian merupakan salah satu sektor di Bursa Efek Indonesia. Sektor ini terdiri dari lima sub sektor yaitu, Sub Sektor Tanaman Pangan; Sub Sektor Perkebunan; Sub Sektor Peternakan; Sub Sektor Perikanan; serta Sub Sektor Kehutanan.
9. Sektor Keuangan. Sektor Keuangan merupakan salah satu sektor di Bursa Efek Indonesia. Sektor ini terdiri dari lima sub sektor yaitu, Sub Sektor Perbankan; Sub Sektor Lembaga Pembiayaan; Sub Sektor Perusahaan Efek; Sub Sektor Asuransi; serta Sub Sektor Reksa Dana.

PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Reputasi *Underwriter* Terhadap *Underpricing*

Dapat disimpulkan bahwa variabel reputasi *underwriter* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *underpricing*, sehingga hipotesis pertama diterima. Hal ini berarti variabel reputasi *underwriter* mengakibatkan *underpricing* meningkat sesuai dengan penelitian terdahulu.

Dapat disimpulkan bahwa semakin baik reputasi *underwriter*, maka semakin besar pula risiko yang harus ditanggung oleh *underwriter*, sehingga *underwriter* akan berusaha menawarkan harga yang rendah bagi penetapan harga saham perdana emiten. Semakin rendah harga saham perdana emiten tentunya akan berhubungan positif terhadap *initial return* maka semakin tinggi pula tingkat *underpricing*.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ghozali & Al Mansur, 2002) serta (Nurfauziah & Safitri, 2013). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi reputasi *underwriter*, maka tingkat *underpricing* saham semakin besar.

2. Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap *Underpricing*

Dapat disimpulkan bahwa variabel reputasi *underwriter* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *underpricing*, sehingga hipotesis kedua ditolak. Dapat disimpulkan bahwa umur perusahaan yang tinggi (telah lama didirikan) dapat mengurangi tingkat ketidakpastian dan risiko yang dihadapi oleh investor walaupun tidak secara signifikan. Investor menganggap bahwa perusahaan dengan usia yang tinggi telah memiliki pengalaman dan pengetahuan yang lebih baik dalam menjalankan kegiatan usaha dan mengatasi persaingan kompetitor, serta berpengalaman melalui krisis ekonomi yang dapat menyulitkan perusahaan, sehingga investor dan juga *underwriter* tidak perlu menetapkan harga yang terlalu *underprice* agar investor mau terlibat dalam kegiatan penawaran perdana.

Hasil penelitian tidak sejalan dengan yang telah dilakukan oleh (Kurnianingsih & Pahlevi, 2024) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *underpricing*. Namun hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Arman, 2012).

3. Pengaruh *Financial Leverage* Terhadap *Underpricing*

Dapat disimpulkan bahwa variabel *financial leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *underpricing*, sehingga hipotesis ketiga ditolak. Dapat disimpulkan bahwa *financial leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *underpricing*. Menunjukkan bahwa beberapa investor dalam membeli saham pada pasar perdana biasanya memperhatikan tingkat pinjaman atas ekuitas yang dimiliki perusahaan tersebut. Semakin tinggi DER maka akan

semakin meningkatkan risiko perusahaan yang tidak dapat membayar kembali hutangnya dan membuat investor enggan membeli dengan harga perdana yang tinggi.

Hasil penelitian tidak sejalan dengan yang telah dilakukan oleh (Setianingrum, 2007), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *financial leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *underpricing*. Namun hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Witjaksono, 2012) serta (Firmanah & Muharam, 2015). Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar tingkat *financial leverage* suatu perusahaan, maka tingkat *underpricing* akan meningkat walaupun pengaruhnya tidak signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, ada beberapa hal yang dapat disimpulkan yaitu:

1. Reputasi *underwriter* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *underpricing*.
2. Umur perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *underpricing*.
3. *Financial leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *underpricing*.

REFERENSI

- Amas, L. N. (2019). *PENGARUH VARIABEL KEUANGAN DAN NON KEUANGAN TERHADAP UNDERPRICING PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2014-2018*. UNIVERSITAS KHAIRUN.
- Amorta, B. A. (2022). *PENGARUH INFORMASI KEUANGAN DAN NON KEUANGAN TERHADAP UNDERPRICING (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar Indeks Saham Syariah Tahun 2018-2020)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- Arman, A. (2012). *Pengaruh Umur dan Ukuran Perusahaan, Reputasi Underwriter, dan Return on Equity Terhadap Tingkat Underpricing Saham di Bursa Efek Indonesia*.
- Bonjou, K. S. U., & Muryanto, Y. T. (2019). Penerapan peraturan penghentian sementara perdagangan saham (suspensi) oleh Bursa Efek Indonesia kaitannya terhadap perlindungan hukum investor. *Jurnal Privat Law*, 7(1), 143–149.
- Firmanah, D. U., & Muharam, H. (2015). *Analisis Pengaruh Informasi Non Keuangan, Informasi Keuangan, dan Ownership Terhadap Underpricing pada Perusahaan Non Keuangan yang Melakukan Initial Public Offering (IPO) di BEI Periode 2008-2014*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Ghozali, I., & Al Mansur, M. (2002). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat underpriced di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 74–88.

- Harahap, A. P., Hasibuan, R. R., & Candanni, L. R. (2020). Peluang Dan Tantangan initial public offering (IPO) Pada Perusahaan start-up di Indonesia. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 5(2), 30–45.
- Kurnianingsih, R., & Pahlevi, R. W. (2024). Pengaruh PENGARUH REPUTASI UNDERWRITER, REPUTASI AUDITOR, LEVERAGE, PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN, LIFE STAGE PERUSAHAAN TERHADAP UNDERPRICING SAHAM PADA IPO DI BEI:-. *Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 1–9.
- Lusiawati, L., Novius, A., Elisanovi, E., & Martias, D. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing Saham. *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 2(1), 9–15.
- Ng, M., Saragih, A. D., & Chandra, J. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT UNDERPRICING SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING DI BEI TAHUN 2017–2021. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(1), 52–63.
- Nurfauziah, N., & Safitri, R. S. E. (2013). Pengaruh Reputasi Underwriter Dan Reputasi Auditor Terhadap Underpricing. *Jurnal Siasat Bisnis*, 17(1), 80–89.
- Oktavia, H. C. A. (2019). Analisis pengaruh leverage, profitabilitas, likuiditas saham, dan reputasi underwriter terhadap underpricing IPO. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 1.
- Pangesti, G. I. (2020). Pengaruh Return On Equity, Earning Per Share, Debt to Equity Ratio, Dan Umur Perusahaan Terhadap Tingkat Underpricing Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering. Universitas Putra Bangsa.
- Pasaribu, A. Y. (2019). Tinjauan Yuridis Terhadap Tanggungjawab Perusahaan Go Public Dalam Kerugian Saham Di Pasar Modal.
- Permatasari, R. (2017). Pengaruh Return on Asset, Price Earning Ratio, Ukuran Perusahaan, Prosentase Penawaran Saham, dan Reputasi Underwriter Terhadap Tingkat Underpricing (Studi Pada Perusahaan yang Melakukan Initial Public Offering di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2015). Universitas Widyatama.
- Persada, S., & Ariyani, V. (2019). Pengaruh operating leverage dan financial leverage terhadap profitabilitas pada perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ45. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 7(01), 56–68.
- Purwanti, P. (2017). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 1996-2015. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 73–93.
- Romandhon, R., & Nazilah, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Underpricing Saham Pada Saat Initial Public Offering (Ipo). *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 3(3), 77–90.
- Sartika, D., Binangkit, I. D., & Hinggo, H. T. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing Saham pada Initial Public Offering (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2013-2019. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal*, 2(2), 331–343.
- Setianingrum, R. (2007). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat underpricing pada perusahaan yang go publik di Bursa Efek Jakarta (Studi empiris pada perusahaan yang melakukan listing di BEJ tahun 2001-2004).

- Situmorang, J. C. (2020). *PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP INVESTOR DALAM REPURCHASE AGREEMENT SAHAM DALAM POJK NO. 9/POJK 04/2015*.
- Witjaksono, L. S. (2012). Analisis faktor-faktor keuangan yang mempengaruhi fenomena underpricing pada perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2002-2010. *Berkala Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(1).
- Yunita, R. (2016). *Pengaruh Persentase Saham Yang Ditawarkan Dan Solvability Ratio Terhadap Tingkat Underpricing Saham Pada Penawaran Saham Perdana Di Bursa Efek Indonesia (BEI)*. STIE Ekuitas.