

PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KEUANGAN DAN NON KEUANGAN TERHADAP *UNDERPRICING* SAHAM

Ulfah Aulia¹, Yunilma²
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email : ulfahaulia52@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh faktor-faktor keuangan dan non keuangan terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering (IPO)* terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020, dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan berdasarkan kriteria sebanyak 82 sampel perusahaan yang terdaftar di BEI. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder yang diperoleh dari www.idx.co.id. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis. Hipotesis yang ditemukan bahwa profitabilitas dan *auditor reputation* berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham, *financial leverage* berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham. Sedangkan *share offering percent*, *firm size* dan *underwriter reputation* berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham.

Kata Kunci : *Underpricing Saham, Share Offering Percent, Profitabilitas, Firm Size, Financial Leverage, Underwriter Reputation, Auditor Reputation*

PENDAHULUAN

Pasar modal berkaitan erat dengan kegiatan pendanaan melalui hasil penjualan saham pada penawaran umum saham perdana dan perdagangan efek. Peran pasar modal sangat penting bagi perkembangan bisnis suatu emiten salah satunya sebagai sarana untuk mendapatkan dana dari investor. Emiten akan melewati proses perdagangan instrument keuangan dengan menerbitkan saham, reksadana, dan obligasi pada mekanisme pasar perdana dan pasar sekunder.

Penawaran saham perdana di bursa efek disebut proses *IPO (Initial Public Offering)*. *IPO* sebagai tempat jual beli saham pertama kali sebelum di catat oleh bursa efek. Dalam menentukan harga saham di pasar perdana terdapat kesulitan karena tidak ada informasi harga yang relevan saat perusahaan akan *go public* di bursa efek. Hal ini menyebabkan terjadinya asimetri informasi antar beberapa

pihak baik pihak emiten dan penjamin emisi, maupun pihak investor.

Permasalahan sangat penting yang dihadapi emiten ialah terjadinya selisih harga sekuritas di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan harga sekuritas di pasar perdana. *Underpricing* dan *overpricing* adalah dua fenomena yang dijumpai saat emiten menuju *go public*. *Underpricing* adalah suatu keadaan ketika harga saham di pasar perdana lebih rendah dibandingkan dengan harga yang diperdagangkan di pasar sekunder. Sebaliknya, *overpricing* adalah harga saham di pasar perdana lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang diperdagangkan di pasar sekunder [3]. Terjadinya *underpricing* menyebabkan perusahaan tidak memperoleh dana yang maksimal karena memperoleh return awal (*initial return*) yang rendah saat saham diperjualbelikan di pasar sekunder [4]. Untuk mengurangi terjadinya *underpricing* maka perusahaan dapat mempercayai *underwriter*

yang bereputasi tinggi dalam melakukan penerbitan prospektus yang berisi informasi-informasi yang sangat penting terkait informasi keuangan dan non keuangan. Informasi keuangan dalam prospektus yang dapat mempengaruhi *underpricing* yaitu *share offering percent*, profitabilitas, *firm size*, dan *financial leverage*. Dan informasi non keuangan yang dapat mempengaruhi *underpricing* saham adalah *underwriter reputation* dan *auditor reputation*.

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering (IPO)* terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Metode pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Sehingga didapat sampel penelitian sebanyak 82 perusahaan.

Pada penelitian ini digunakan dua kategori variabel yaitu variabel dependen yaitu *underpricing* saham. Variabel kedua adalah variabel independen, yaitu *share offering percent*, profitabilitas, *firm size*, *financial leverage*, *underwriter reputation*, dan *auditor reputation*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data analisis regresi dan uji t yang diolah dengan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis

| Variabel Penelitian | B | Sig | Kes |
|------------------------|--------|-------|----------|
| Constanta | 5,374 | 0,000 | - |
| Share Offering Percent | -3,149 | 0,174 | Ditolak |
| Profitabilitas | 1,984 | 0,019 | Diterima |
| Firm Size | -0,014 | 0,942 | Ditolak |
| Financial Leverage | -1,065 | 0,047 | Diterima |
| Underwriter Reputation | -9,238 | 0,551 | Ditolak |
| Auditor Reputation | 4,630 | 0,029 | Diterima |

Sumber : Olahan Data Menggunakan SPSS 16.0

Dari tabel diatas, hasil pengujian *share offering percent* berpengaruh terhadap *underpricing* saham ditolak. Dapat disimpulkan *share offering percent* tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya saham yang ditawarkan kepada publik masih belum mampu menjelaskan prospek perusahaan di masa mendatang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [2].

Hasil pengujian profitabilitas berpengaruh terhadap *underpricing* saham diterima. Dapat disimpulkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham. Semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, maka membuat para investor semakin tertarik untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan mengakibatkan penawaran harga saham di pasar sekunder menjadi naik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [1].

Hasil pengujian *firm size* berpengaruh terhadap *underpricing* saham ditolak. Dapat disimpulkan *firm size* tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham. Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi tinggi rendahnya *underpricing* saham. Sehingga perusahaan yang relatif besar bukan merupakan faktor penentu dalam tinggi rendahnya *underpricing* saham. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [4] dan [8].

Hasil pengujian *financial leverage* berpengaruh terhadap *underpricing* saham diterima. Dapat disimpulkan *financial leverage* berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham. Semakin rendah *financial leverage* maka semakin tinggi *underpricing* saham. *Leverage* yang rendah sebagai sinyal positif bagi para investor sehingga investor akan tertarik membeli saham perusahaan yang menyebabkan harga saham di pasar sekunder lebih tinggi daripada harga pasar perdana. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [7].

Hasil pengujian *underwriter reputation* berpengaruh terhadap *underpricing* saham ditolak. Dapat disimpulkan bahwa *underwriter reputation* tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham. Penggunaan *underwriter* yang bereputasi tinggi pada saat penawaran umum saham perdana tidak berpengaruh pada

tinggi rendahnya *underpricing* saham. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [6].

Dan hasil pengujian *auditor reputation* berpengaruh terhadap *underpricing* saham diterima, sehingga disimpulkan bahwa *auditor reputation* berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham. Auditor yang bereputasi baik sangat berpengaruh pada kredibilitas laporan keuangan. Oleh karena itu, semakin tertarik investor membeli saham yang menyebabkan harga saham di pasar sekunder lebih tinggi daripada pasar perdana. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian [5].

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu *share offering percent* tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham, profitabilitas berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham, *firm size* tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham, *financial leverage* berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham, *underwriter reputation* tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham dan *auditor reputation* berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham. Penelitian selanjutnya untuk menggunakan beberapa sektor perusahaan saja yang terdaftar di BEI sehingga hasil penelitian ini didapatkan lebih akurat. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah beberapa variabel independen lainnya yang diduga dapat mempengaruhi *underpricing* saham agar kemampuan variabel independen dapat lebih menjelaskan pengaruh variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alviani, D., & Lasmana, A. (2015). Analisis Rasio Keuangan Roa, Roe, Price *Earning Ratio* Terhadap *Underpricing* Saham Perdana. Studi Kasus: Perusahaan Yang Melakukan IPO Di Bei Periode 2008–2011. *Jurnal Akunida*.
- [2] Aprillia Manurung, S. T., & Nuzula, N. F. (2019). “Pengaruh Variabel Non Keuangan Terhadap *Underpricing* Pada Saat Initial Public Offering (IPO)”. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 69(1), 58-66.
- [3] Hayu, A., Raden, L., Hidayat, R., & Sulasmiyati, S. (2015). Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi *Underpricing* Saham pada Penawaran Umum Perdana di BEI periode 2012-2014. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1).
- [4] Kurniawan, L. (2017). Informasi Akuntansi dan Non Akuntansi pada Fenomena *Underpricing* yang Terjadi saat Penawaran Umum Saham Perdana pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 18(3), 371-382.
- [5] Najab, A. S., & Nurhidayati, A. (2016). Pengaruh Reputasi Auditor, Likuiditas, Umur Perusahaan, Profitabilitas, *Financial Leverage*, dan *Earning Per Share* terhadap *Initial Return*. *Potensio*, 24(02).
- [6] Oktavia, Hendra Cornella Arlin. (2019). Analisis Pengaruh leverage, profitabilitas, likuiditas saham, dan reputasi underwriter terhadap *underpricing* IPO. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*.
- [7] Raniry, M. A & Yusniar, M. W. (2018). Pengaruh *Financial Leverage*, *Proceeds*, Reputasi Underwriter, dan Jenis Industri terhadap Tingkat *Underpricing* Saham. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*.
- [8] Solida, A., & Luthan, E. (2020). Pengaruh Pengungkapan *Intellectual Capital*, Reputasi *Underwriter*, *Financial Leverage*, Umur dan *Size* Perusahaan terhadap *Underpricing* Saham *Journal of Economics and Business*, 4(1), 135-143.