

PENGARUH REPUTASI *UNDERWRITER*, NILAI PENAWARAN SAHAM, DAN VOLUME PERDAGANGAN SAHAM TERHADAP *INITIAL RETURN* PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN *INITIAL PUBLIC OFFERING* DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2020.

Refal Dwi Oktahara¹, Listiana Sri Mulatsih²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: dwirefal27@gmail.com , listiana@bunghatta.ac.id

1. PENDAHULUAN

Permasalahan umum yang terus dihadapi perusahaan setiap perusahaan adalah sulitnya bagi perusahaan untuk mencukupi kebutuhan pendanaan dalam rangka melaksanakan kegiatan operasionalnya. Ketika sebuah perusahaan telah mengalami perkembangan yang pesat secara *financial*, solusi yang dilakukan manajemen untuk memenuhi kebutuhan pendanaan adalah melaksanakan *initial public offering* (IPO).

Ketika sebuah perusahaan telah mampu memenuhi persyaratan yang ditetapkan OJK dalam melakukan IPO, maka perusahaan berhak melakukan pasar perdana yang ditandai dengan aktifitas penjualan saham bagi seluruh investor pada hari perdana. Dengan dilakukannya IPO diharapkan perusahaan dapat lebih berkembang serta mampu memenuhi kebutuhan pendanaannya.

2. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini digunakan perusahaan yang melakukan *initial public offering* (IPO) dari tahun 2016 sampai dengan 2020 yang berjumlah

123 perusahaan. Data yang digunakan diperoleh dari laporan fact book reporting yang dipublikan Bursa Efek Indonesia yang dapat diakses melalui website www.idx.go.id.

Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah *initial return* yang diukur dari selisih harga jual dengan harga beli dan dibagi dengan harga beli. Selain itu penelitian ini juga menggunakan reputasi *underwriter* yang diukur dengan dummy, harga penawaran saham perdana dan volume perdagangan. Data yang digunakan dari tahun 2016 sampai dengan 2020.

Metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah regresi bergand OLS yang diolah dengan menggunakan Stata 15. Proses pengolahan dilakukan terlebih dahulu melakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Setelah seluruh variabel yang dianalisis terbebas dari penyimpangan asumsi klasik maka dilakukan analisis regresi berganda, uji t-statistik, uji F-statistik dan analisis R-square.

C HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi	Prob	Alpha	Kesimpulan
Constanta	10.523			
Reputasi <i>Underwriter</i>	0.748	0.013	0.05	H ₁ Diterima
Nilai Penawaran Saham	-1.476	0.000	0.05	H ₂ Ditolak
Volume Perdagangan Saham	0.002	0.451	0.05	H ₃ Ditolak
R ²	0.615			
F-prob	0.000			

Pada tahapan pengujian hipotesis diketahui variabel reputasi underwriter memiliki koefisien regresi sebesar 0.748, serta nilai prob 0.000. Nilai prob $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan reputasi underwriter berpengaruh signifikan terhadap initial return pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia, sedangkan pengujian hipotesis kedua variabel nilai penawaran saham diperoleh nilai koefisien regresi -1.476 dengan nilai prob 0.000 juga berada dibawah 0.05. Maka dapat disimpulkan nilai penawaran saham berpengaruh negatif dan signifikan terhadap initial return pada perusahaan IPO di Bursa Efek Indonesia, sedangkan variabel volume perdagangan saham memiliki nilai prob $0.451 > 0.05$ maka dapat disimpulkan volume perdagangan saham tidak berpengaruh terhadap initial return yang diperoleh investor.

Hasil yang diperoleh pada tahapan pengujian hipotesis pertama didukung oleh penelitian (1) Putri (2020) menemukan bahwa reputasi underwriter berpengaruh positif terhadap *initial return* yang diterima investor. Hasil yang diperoleh pada tahapan pengujian hipotesis kedua didukung oleh temuan (3) Husda (2014) menemukan ketepatan dalam menentukan penawaran saham perdana berpengaruh positif terhadap *initial return* yang diterima investor, temuan yang sama juga diperoleh oleh (4) Nuryasinta dan Haryanto (2017) yang mengungkapkan secara psikologis investor akan sangat terpengaruh terhadap nilai penawaran saham perdana, sehingga ketika banyak investor yang merespon positif besar kemungkinan harga pasar saham yang ditetapkan beberapa waktu yang lalu akan menguat, sehingga ketika investor menjual kembali saham yang telah dibelinya besar kemungkinan akan memperoleh *initial return*. Selanjutnya Akbar (2021) yang menemukan volume perdagangan saham tidak berpengaruh terhadap *initial return* yang diterima investor

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Reputasi *underwriter* berpengaruh positif terhadap *initial return* pada perusahaan yang melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa

Efek Indonesia. Penawaran saham berpengaruh negatif terhadap *initial return* pada perusahaan yang melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia. Volume perdagangan saham tidak berpengaruh terhadap *initial return* pada perusahaan yang melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia.

sejalan dengan hasil penelitian maka disarankan bagi perusahaan yang melakukan IPO untuk mencoba melakukan stock split menurun, untuk mendorong sentimen positif dari pelaku pasar, ketika hal tersebut dapat diwujudkan maka mekanisme permintaan dan penawaran saham akan meningkat, sehingga besar kemungkinan investor yang melepas kepemilikan sahamnya sebelum sesi penutupan pasar perdana berakhir akan mendapatkan *initial return*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Akbar, H. P. (2021). Pengaruh Reputasi Underwriter Volume Perdagangan dan Asimetri Informasi Terhadap Fenomena Initial Return Pada Perusahaan yang Melakukan Initial Public Offering di BEI. *Accounting Analysis Journal*, 13(2).
- [2] Amelia, Putri, fajri adrianto. (2020). Pengaruh Reputasi Underwriter, Underpricing, Financial Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Kinerja Initial Public Offering (IPO) Putri. *Manajemen Strategis Dan Simulasi Bisnis*, 1(1), 49–65.
- [3] Husda, A. (2014). Pengaruh Nilai penawaran Saham, Prosentase Penilaian Saham dan Earning Per Share Terhadap Initial Return (Study Empiris Pada Perusahaan IPO di Bursa Efek Indonesia) *Economic Of Journal*, 3(4)
- [4] Nuryasinta, A., & Haryanto, M. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Initial Return Pada Perusahaan Non Keuangan yang Melakukan Initial Public Offering (IPO) di BEI periode 2010-2015. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(2), 1-11.