

**PENGARUH UMUR PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN,
PERSENTASE SAHAM YANG DITAWARKAN, *EARNING PER SHARE*,
DAN KONDISI PASAR TERHADAP *UNDERPRICING* SAHAM PADA
SAAT *INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO)* DI BURSA EFEK INDONESIA
(BEI) TAHUN 2012-2015**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:
HERBANU PUTRO L
12812141046

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2017**

**PENGARUH UMUR PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN,
PERSENTASE SAHAM YANG DITAWARKAN, EARNING PER SHARE,
DAN KONDISI PASAR TERHADAP UNDERPRICING SAHAM PADA
SAAT INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) DI BURSA EFEK INDONESIA
(BEI) TAHUN 2012-2015**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:
HERBANU PUTRO L
12812141046

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2017**

PERSETUJUAN

**PENGARUH UMUR PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN,
PERSENTASE SAHAM YANG DITAWARKAN, EARNING PER SHARE,
DAN KONDISI PASAR TERHADAP UNDERPRICING SAHAM PADA
SAAT INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) DI BURSA EFEK INDONESIA
(BEI) TAHUN 2012-2015**

SKRIPSI

Oleh:

HERBANU PUTRO L

NIM. 12812141046

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal 25 September 2017

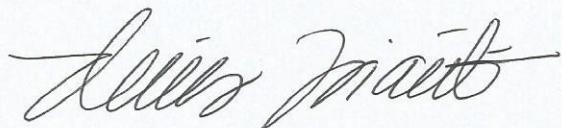
Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Program Studi Akuntansi

Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui
Dosen Pembimbing



Dr. Denies Priantinah, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 197405092005012001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:

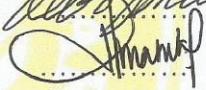
**PENGARUH UMUR PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN,
PERSENTASE SAHAM YANG DITAWARKAN, EARNING PER SHARE,
DAN KONDISI PASAR TERHADAP UNDERPRICING SAHAM PADA
SAAT INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) DI BURSA EFEK INDONESIA
(BEI) TAHUN 2012-2015**

yang disusun oleh:

HERBANU PUTRO L
NIM. 12812141046

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 18 Oktober 2017
dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama Lengkap	Kedudukan	Tanda Tangan	Tanggal
Dhyah Setyorini, M.Si., Ak.	Ketua Penguji		28-10-17
Dr. Denies Priantinah, S.E., M.Si., Ak.	Sekretaris Penguji		27-10-17
Amanita Novi Yusita, S.E.,M.Si.	Penguji Utama		23.10.17

Yogyakarta, 31 Oktober 2017

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta



Dr. Stigharsono, M.Si.

NIP. 19550328 198303 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Herbanu Putro L

NIM : 12812141046

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : PENGARUH UMUR PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN, PERSENTASE SAHAM YANG DITAWARKAN, EARNING PER SHARE, DAN KONDISI PASAR TERHADAP UNDERPRICING SAHAM PADA SAAT INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2012-2015

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, karya ilmiah ini tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Apabila terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 25 September
Penulis,



Herbanu Putro L
NIM. 12812141046

MOTTO

“Hidup itu memang kejam dan penuh tantangan. Tetapi ketika kamu memiliki sebuah bintang, kamu tak perlu takut lagi untuk melangkah ke depan bahkan ketika berjalan digelapnya malam. Karena cahaya bintang akan selalu menuntunmu ke tempat tujuan tanpa harus kehilangan arah. Jadikanlah Tuhan sebagai bintang hidupmu, karena Tuhan tidak akan pernah sekalipun menghilang dari kehidupanmu.”

- Hertz -

“Menunggu dan membuat orang lain menunggu adalah hal yang kubenci”.

- Sasori Si Pasir Merah -

PERSEMPAHAN

Dengan memanjatkan Puji Syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Ph. Sugiyono dan Alm. Ibu tercinta Ninik Ari Dwi M yang dengan kasih sayang dan untaian doa tulus selalu mendukung, memberikan semangat, serta menjadi motivasi kuat bagi penulis. Terima kasih untuk semuanya.
2. Mbak dan Adik tersayang, Lia Patma N dan Fiokta Wening S atas dukungan dan semangat yang telah diberikan untuk penulis.

**PENGARUH UMUR PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN,
PERSENTASE SAHAM YANG DITAWARKAN, EARNING PER SHARE,
DAN KONDISI PASAR TERHADAP UNDERPRICING SAHAM PADA
SAAT INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) DI BURSA EFEK INDONESIA
(BEI) TAHUN 2012-2015**

Oleh:
HERBANU PUTRO L
12812141046

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh Umur Perusahaan terhadap *Underpricing* Saham, (2) Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Underpricing* Saham, (3) Pengaruh Persentase Saham yang Ditawarkan terhadap *Underpricing* Saham, (4) Pengaruh *Earning Per Share* terhadap *Underpricing* Saham, (5) Pengaruh Kondisi Pasar terhadap *Underpricing* Saham, (6) Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham yang Ditawarkan, *Earning Per Share*, dan Kondisi Pasar terhadap *Underpricing* Saham pada saat *Initial Public Offering (IPO)* di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2012-2015.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering (IPO)* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel berjumlah 66 perusahaan dari 90 perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering (IPO)* di BEI tahun 2012-2015. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif data, uji asumsi klasik, regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Umur Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Underpricing* Saham, ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar -0,001 dan signifikansi $> 0,05$ yaitu 0,587. (2) Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap *Underpricing* Saham, ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar -0,071 dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,016. (3) Persentase Saham yang Ditawarkan berpengaruh positif signifikan terhadap *Underpricing* Saham, ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,007 dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,015. (4) *Earning Per Share* berpengaruh positif signifikan terhadap *Underpricing* Saham, ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,001 dan signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,037. (5) Kondisi Pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap *Underpricing* Saham, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi $> 0,05$ yaitu 0,656. (6) Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham yang Ditawarkan, *Earning Per Share*, dan Kondisi Pasar secara simultan berpengaruh terhadap *Underpricing*, ditunjukkan dengan nilai F hasil $> F$ tabel ($3,080 > 2,37$) dan signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,015.

Kata Kunci: Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham yang Ditawarkan, *Earning Per Share*, Kondisi Pasar, *Underpricing* Saham

THE EFFECT OF COMPANY SIZE, COMPANY AGE, PERCENTAGE OF SHARE, EARNING PER SHARE, AND CONDITION OF MARKET ON UNDERPRICING OF THE STOCK AT THE TIME OF THE INITIAL PUBLIC OFFERING IN INDONESIAN STOCK EXCHANGE ON 2012-2015

by:
HERBANU PUTRO L
12812141046

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine: (1) the effect of company size on underpricing, (2) the effect of company age on underpricing, (3) the effect of percentage of share on underpricing, (4) the effect of earning per share on underpricing, (5) the effect of market condition on underpricing, (6) the effect of company size, company age, percentage of share, earning per share, and condition of market on underpricing of the stock at the time of the initial public offering in Indonesian stock exchange on 2012-2015.

This type of this research was causal comparative research. The population in this study is Company at the time of the initial public offering in Indonesian Stock Exchange on 2012-2015. Sampling technique that used in this study was purposive sampling. The number of samples used in this study was 66 companies from total 90 companies at the time of the initial public offering in Indonesian Stock Exchange on 2012-2015. The data analysis technique used descriptive statistical analysis, the classical assumption test, a simple and multiple linear regression analysis.

The results showed that: (1) company size was not affect the underpricing as show by regresion coefficient -0,001 and the significance value more than 0,05 was at 0,587. (2) company age affected the underpricing as show by regresion coefficient -0,071 and the significance value less than 0,05 was at 0,016. (3) percentage of share affected the underpricing as show by regresion coefficient 0,007 and the significance value less than 0,05 was at 0,015. (4) earning per share affected the underpricing as show by regresion coefficient 0,001 and the significance value less than 0,05 was at 0,037. (5) market condition was not affect the underpricing as show by significance value more than 0,05 was at 0,656. (6) company size, company age, percentage of share, earning per share, and condition of market together affected the underpricing as show by F value more than F table ($3,080 > 2,37$) and the significance value less than 0,05 was at 0,015.

Keyword: Company Size, Company Age, Percentage of Share, Earning Per Share, Condition of Market, Underpricing

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas semua limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham yang Ditawarkan, *Earning Per Share*, dan Kondisi Pasar terhadap *Underpricing* Saham pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2012-2015”. Tugas Akhir Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Peneliti menyadari sepenuhnya tanpa bimbingan dari berbagai pihak Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik dan benar. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan berdoa semoga Allah menambah kebaikan atas mereka khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Sutrisna Wibawa, M.Pd., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Dr. Denies Priantinah, S.E., M.Si., Ak. Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Mimin Nur Aisyah, M. Sc., Ak. Dosen Pembimbing Akademik atas saran dan masukannya selama ini.
5. Dr. Denies Priantinah, S.E., M.Si., Ak. Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan meluangkan waktu, tenaga, pikiran, selama menyusun skripsi.

6. Amanita Novi Yushita, S.E., M.Si., Dosen narasumber yang telah memberikan koreksi, pendapat, dan ilmu, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi dengan baik..
7. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Yogyakarta, 25 September 2017
Penulis,



Herbanu Putro L
NIM. 12812141046

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Pembatasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
A. Kajian Teori	15
1. Pasar Modal.....	15
2. Saham.....	18
3. <i>Initial Public Offering (IPO)</i>	20
4. <i>Underpricing</i> Saham	26
B. Penelitian Relevan	31
C. Kerangka Berpikir.....	34
1. Pengaruh Umur Perusahaan terhadap <i>Underpricing</i> Saham.....	34
2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap <i>Underpricing</i> Saham	34
3. Pengaruh Persentase Saham yang Ditawarkan terhadap <i>Underpricing</i> Saham.....	35

4. Pengaruh <i>Earning Per Share</i> (EPS) terhadap <i>Underpricing</i> Saham	36
5. Pengaruh Kondisi Pasar terhadap <i>Underpricing</i> Saham.....	36
6. Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham yang Ditawarkan, <i>Earning Per Share</i> , dan Kondisi Pasar terhadap <i>Underpricing</i> Saham.....	37
D. Paradigma Penelitian	38
E. Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
B. Desain Penelitian	40
C. Definisi Operasional Variabel.....	40
D. Populasi dan Sampel.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Deskripsi Data Penelitian.....	53
B. Analisis Statistik Deskriptif	54
C. Hasil Uji Asumsi Klasik	58
1. Uji Normalitas.....	58
2. Uji Multikolinearitas	58
3. Uji Heteroskedastisitas.....	59
4. Uji Autokorelasi	60
D. Hasil Uji Hipotesis.....	61
1. Uji Hipotesis Pertama	61
2. Uji Hipotesis Kedua	63
3. Uji Hipotesis Ketiga.....	65
4. Uji Hipotesis Keempat	67
5. Uji Hipotesis Kelima.....	68
6. Uji Hipotesis Keenam	70
E. Pembahasan dan Hasil Penelitian	73
1. Pengaruh Umur Perusahaan terhadap <i>Underpricing</i> Saham pada saat Melakukan <i>Initial Public Offering</i> (IPO) di Bursa Efek Indoneia (BEI) ...	73

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap <i>Underpricing</i> Saham pada saat Melakukan <i>Initial Public Offering</i> (IPO) di Bursa Efek Indoneia (BEI) ...75	
3. Pengaruh Persentase Saham yang Ditawarkan terhadap <i>Underpricing</i> Saham pada saat Melakukan <i>Initial Public Offering</i> (IPO) di Bursa Efek Indoneia (BEI).....76	
4. Pengaruh <i>Earning Per Share</i> terhadap <i>Underpricing</i> Saham pada saat Melakukan <i>Initial Public Offering</i> (IPO) di Bursa Efek Indoneia (BEI) ...78	
5. Pengaruh Kondisi Pasar terhadap <i>Underpricing</i> Saham pada saat Melakukan <i>Initial Public Offering</i> (IPO) di Bursa Efek Indoneia (BEI) ...80	
6. Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perussahaan, Persentae Saham yang Ditawarkan, <i>Earning Per share</i> , dan Kondisi Pasar Secara Simultan terhadap <i>Underpricing</i> Saham pada saat Melakukan <i>Initial Public Offering</i> (IPO) di Bursa Efek Indoneia (BEI).....82	
F. Keterbatasan Penelitian.....83	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN85	
A. Kesimpulan85	
B. Saran87	
DAFTAR PUSTAKA88	
LAMPIRAN94	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Prosedur Penarikan Sampel.....	53
2. Hasil Statistik Deskriptif.....	54
3. Hasil Uji Normalitas.....	58
4. Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
5. Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
6. Hasil Uji Autokorelasi.....	61
7. Hasil Uji Hipotesis Pertama	62
8. Hasil Uji Hipotesis Kedua.....	63
9. Hasil Uji Hipotesis Ketiga.....	65
10. Hasil Uji Hipotesis Keempat.....	67
11. Hasil Uji Hipotesis Kelima	69
12. Hasil Uji Hipotesis Keenam.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Paradigma Penelitian.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Daftar Populasi Penelitian.....	95
2. Daftar Sampel Penelitian	98
3. Data Umur Perusahaan	100
4. Data Ukuran Perusahaan.....	102
5. Data Persentase Saham yang Ditawarkan.....	104
6. Data <i>Earning Per Share</i>	106
7. Data Kondisi Pasar.....	108
8. Data <i>Underpricing</i> Saham	110
9. Uji Statistik Deskriptif.....	112
10. Uji Asumsi Klasik.....	113
11. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	115
12. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	118

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pasar modal Indonesia yang sangat pesat dan naik turunnya jumlah emiten yang menjual sahamnya ke masyarakat juga tidak terlepas pada kemungkinan terjadinya proses belajar para pemodal. Husnan (2001) menyatakan salah satu indikasi proses belajar tersebut adalah pasar modal tersebut semakin efisien. Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang cukup menggairahkan, menjadikan semakin banyaknya saham yang terdaftar di Bursa Efek, hal ini tentunya memerlukan strategi tertentu untuk membeli saham yang kiranya akan menguntungkan, dimana saham-saham yang dijual pada pasar perdana dapat menjadi pilihan untuk berinvestasi.

Pasar modal sebagai tempat untuk memperjualbelikan saham berperan penting bagi pembangunan ekonomi sebagai salah satu sumber pembiayaan eksternal bagi dunia usaha dan wahana investasi bagi masyarakat. Pasar modal merupakan salah satu sarana guna memenuhi permintaan dan penawaran modal. Di tempat inilah para investor dapat melakukan investasi dengan cara membeli surat berharga yang diterbitkan oleh perusahaan. Melalui pasar modal, suatu perusahaan dapat menjual sahamnya kepada publik guna memperoleh sumber dana untuk kegiatan ekspansi atau operasi perusahaan. Melalui pasar modal para investor dapat menanamkan modalnya (berinvestasi) dengan membeli sejumlah efek dengan harapan akan memperoleh keuntungan dari hasil kegiatan tersebut, sehingga investasi dapat diartikan sebagai suatu

kegiatan menempatkan dana pada satu aset atau lebih selama periode tertentu dengan harapan akan memperoleh keuntungan.

Banyak hal yang membuat orang menumbuhkan minat terhadap dunia pasar modal, terutama bagi investor pemula salah satunya yaitu untuk membeli saham perdana. Saham yang telah dibeli dapat memberikan keuntungan berupa *capital gain*. *Capital gain* adalah selisih lebih antara harga di pasar sekunder dengan harga perdananya. Selisih tersebut merupakan kompensasi dari dana investasi yang ditanam (Syarifah, 2009).

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk terus berkembang dan memperluas perusahaannya, salah satu hal yang bisa dilakukan untuk memperluas perusahaan yaitu dengan mengadakan ekspansi. Untuk melakukan ekspansi sendiri, perusahaan membutuhkan dana tambahan yang cukup besar. Dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dana tersebut, seringkali dana yang diambil dari dalam perusahaan tidaklah cukup. Untuk itu diperlukan dana tambahan dari luar perusahaan, yaitu dengan cara melakukan emisi efek atau sering disebut dengan penawaran umum (Sri Retno, 2008). Dalam hal ini perusahaan akan menerbitkan dan menjual surat berharga, baik berupa saham biasa atau saham preferen atau bisa juga berupa obligasi kepada masyarakat umum. Perusahaan yang membutuhkan dana dapat menjual surat berharganya di pasar modal. Dalam pasar modal, perusahaan penerbitan saham disebut *Emiten* atau *Investee*. Sedangkan pembeli saham disebut *Investor* (Jogiyanto, 2014).

Go public sendiri mempunyai arti perusahaan yang menjual saham biasa atau saham preferen atau obligasi yang merupakan modal perusahaan (ekuitas dan utang jangka panjang) untuk pertama kalinya kepada masyarakat luas. Bagi investor, membeli saham perusahaan yang melakukan penawaran umum akan memberikan alternatif lain dalam memperoleh penghasilan. Dengan membeli saham atau obligasi, pemodal akan mendapat penghasilan dari sumber lain yaitu dividen, *capital gain* dan bunga obligasi (Widoatmodjo, 2009).

Dalam proses *go public*, sebelum saham diperdagangkan di bursa efek terlebih dahulu saham perusahaan yang akan *go public* dijual di pasar perdana. Surat berharga yang baru dikeluarkan oleh perusahaan akan dijual di pasar primer (*primary market*). Surat berharga yang baru dijual dapat berupa penawaran perdana ke public (*initial public offering* atau IPO) atau tambahan surat berharga baru jika perusahaan sudah *going public* (sekuritas tambahan ini sering disebut dengan *seasoned new issues*). Masalah penawaran saham perdana (*initial public offering* atau IPO) merupakan salah satu masalah yang cukup menarik dalam dunia pasar modal, karena pada umumnya IPO memberikan *abnormal return* yang positif bagi para pemodal segera setelah saham-saham tersebut diperdagangkan di pasar sekunder (Husnan, 2001). Keadaan ini menunjukkan bahwa harga saham pada saat *initial public offering* (IPO) relatif lebih murah, sehingga para investor akan memperoleh keuntungan yang relatif besar. IPO yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Swasta memberikan *initial return* yang positif yang cukup besar bagi pemodal segera setelah saham-saham tersebut diperdagangkan di

bursa efek (Salis, 2001). Kondisi-kondisi seperti di atas sering disebut dengan *underpricing*, yang menunjukkan sebenarnya harga saham pada waktu penawaran perdana relatif murah. Sehingga timbul pertanyaan bagaimana hal ini bisa terjadi dan apakah emiten merasa dirugikan jika penawaran perdana sahamnya terlalu murah.

Underpricing terjadi disaat harga saham di pasar perdana lebih rendah dibanding harga saham di pasar sekunder dan selisih positif antara harga saham dipasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana pada saat IPO dikenal dengan istilah *initial return* atau return positif bagi investor (Yolana dan Martani, 2005). Kondisi *underpricing* merugikan bagi perusahaan yang melakukan *go public*, karena dana yang diperoleh dari publik tidak maksimum. Sebaliknya jika terjadi *overpricing*, maka investor akan merugi, karena mereka tidak menerima *initial return* (return awal). *Initial return* adalah keuntungan yang didapat pemegang saham karena perbedaan harga saham yang dibeli di pasar perdana dengan harga jual saham yang bersangkutan di pasar sekunder (Arum dan Kusuma, 2001).

Para pemilik perusahaan menginginkan agar meminimalisasikan situasi *underpricing*, karena terjadinya *underpricing* akan menyebabkan transfer kemakmuran dari pemilik kepada para investor (Beatty, 1989). Penjualan saham oleh perusahaan yang semula ditujukan untuk memperoleh dana guna untuk melakukan ekspansi atau operasi perusahaan menjadi kurang maksimal. Adanya perbedaan harga saham ketika berada di pasar primer dengan harga saham di pasar sekunder ini menjadikan dana yang seharusnya diterima oleh

perusahaan menjadi sebuah keuntungan bagi para investor. Untuk menciptakan harga saham yang ideal, perusahaan harus mengetahui dan mengerti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi gejala *underpricing*. Ketika pemilik perusahaan mengetahui penyebab terjadinya *underpricing* saham, maka pemilik perusahaan memungkinkan untuk dapat menghindarkan perusahaan yang akan *go public* terhadap kerugian karena *underestimate* atas nilai pasar sahamnya.

Publik disuguhkan oleh polemik Krakatau Steel Tbk (KRAS), sebagian mempersoalkan harga IPO saham produsen baja terlalu rendah. Saham yang saat IPO dilepas dengan harga Rp 850 dalam waktu singkat naik menjadi Rp 1.270. Namun, kondisi bertolak belakang justru dialami oleh PT Garuda Indonesia Tbk (GIAA) yang *go public* pada tahun 2011 dan melakukan penawaran perdana dengan harga Rp 750 saat memasuki Bursa Efek Indonesia harga perlembar saham turun menjadi Rp 600. Dua kondisi yang berbeda ini menggambarkan bahwa IPO tidak hanya diukur pada saat penjualan di pasar perdana, tetapi juga ditentukan oleh *performance* saham ketika masuk di pasar sekunder (okezone.com, 1 November 2016).

Pada dasarnya ketika suatu perusahaan baru saja berdiri maka informasi mengenai perusahaan tersebut masih jarang tersebar luas dan sulit diketahui masyarakat terutama para investor dibandingkan dengan perusahaan yang telah lama berdiri. Informasi yang sulit didapatkan oleh investor akan memperbesar tingkat ketidakpastian perusahaan. Hal ini menjadikan umur perusahaan memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap *underpricing* saham. Dimana

perusahaan yang baru saja berdiri akan memiliki kemungkinan mengalami *underpricing* lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang telah lama berdiri. Penelitian yang dilakukan oleh Rosyati dan Sabeni (2002) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing*. Sedangkan hasil dari penelitian Nasirwan (2000) membuktikan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*.

Ukuran perusahaan merupakan besar atau kecilnya suatu perusahaan dilihat dari total kekayaan, total aset, jumlah penjualan atau nilai buku suatu perusahaan. Menurut Badab Standarisasi Nasional, kategori perusahaan ada 3 yaitu : 1.) perusahaan kecil dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta sampai dengan maksimal Rp 500 juta; 2.) perusahaan menengah dengan kekayaan antara Rp 500 juta hingga Rp 10 milyar; dan 3.) perusahaan besar dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 10 milyar. Pada dasarnya perusahaan dengan skala kecil jarang dikenal oleh masyarakat luas dibanding dengan perusahaan yang berskala besar. Dengan sedikitnya informasi yang bisa diperoleh oleh calon investor, maka tingkat ketidakpastian perusahaan dimasa mendatang tidak mudah diketahui. Dengan demikian besarnya skala perusahaan memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap tingkat *underpricing* perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Wardhani (2003) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing*, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abdullah & Mohd (2004) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *underpricing*.

Besarnya persentase saham yang ditawarkan oleh perusahaan dinilai memberikan pengaruh terhadap ketidakpastian perusahaan dimasa depan dan pada akhirnya akan mempengaruhi besarnya tingkat *underpricing* saham. Perusahaan yang menawarkan saham dengan persentase yang besar dinilai akan meningkatkan ketidakpastian perusahaan dimasa depan dan pada akhirnya akan memperbesar tingkat *underpricing* saham. Penelitian yang dilakukan oleh Rista Maya (2013) menyatakan bahwa persentase saham yang ditawarkan berpengaruh signifikan positif terhadap *underpricing* saham yang melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI), namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Trisnawati (1999) yang menyatakan bahwa prosentase penawaran saham tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing*.

Earning per share atau EPS diartikan sebagai besarnya laba yang didapat perusahaan tiap lembar saham. Perusahaan yang memberikan *earning per share* terlalu banyak dirasa akan membuat perusahaan kesulitan untuk berkembang pesat karena semua dana hasil pendapatan perusahaan diberikan kepada pemegang saham, sehingga perusahaan tidak memiliki tambahan dana untuk berkembang. Hal ini membuat ketidakpastian perusahaan meningkat, sehingga akan memperbesar tingkat *underpricing* saham. Penelitian yang dilakukan oleh Sulistio (2005) yang menyatakan bahwa *earning per share* (EPS) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing*, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah (2004), menyatakan adanya

hubungan negatif dan signifikan antara *earning per share* (EPS) dengan *underpricing*.

Kondisi pasar adalah keadaan pasar modal yang biasanya tercermin dalam perbedaan angka indeks harga saham. Indeks saham adalah harga saham yang dinyatakan dalam angka indeks. Indeks saham digunakan untuk tujuan analisis dan menghindari dampak negatif dari penggunaan harga saham dalam rupiah. Kondisi pasar akan mempengaruhi perilaku pasar dalam menentukan harga saham perdana perusahaan yang dijaminkan (Samsul, 2006). Kondisi pasar yang sangat *unpredictable* mengakibatkan begitu banyak investor yang tidak tertarik untuk membeli saham yang ada di pasar modal, sehingga akan memperbesar tingkat *underpricing* saham. Rista Maya (2013) menyatakan bahwa kondisi pasar tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap *underpricing* saham yang melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil ini didukung oleh hasil dari penelitian Halil Kiymaz (2000) dan Arifin Sabeni (2002) yang hasilnya menyatakan bahwa variabel kondisi pasar tidak mempengaruhi terjadinya *underpricing*.

Terdapat banyak variabel independen yang dapat mempengaruhi *underpricing*. Dari banyaknya variabel tersebut, peneliti tertarik untuk menguji variabel-variabel bebas yang diduga mempengaruhi *underpricing* antara lain umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan konsidi pasar.

**BERDASARKAN URAIAN LATAR BELAKANG DI ATAS, MAKA
PENELITI TERTARIK UNTUK MELAKUKAN PENELITIAN DENGAN**

JUDUL “PENGARUH UMUR PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN, PERSENTASE SAHAM YANG DITAWARKAN, *EARNING PER SHARE*, DAN KONSIDERASI PASAR TERHADAP *UNDERPRICING* SAHAM PADA SAAT *INITIAL PUBLIC OFFERING* (IPO) DI BURSA EFEK INDONESIA”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, antara lain:

1. Penetapan pada harga perdana (*Offering Price*) saham suatu perusahaan untuk pertama kalinya ke publik (*go public*) merupakan hal yang tidak mudah untuk dilakukan. Banyak perusahaan mengalami *underpricing* saham saat melakukan *initial public offering* (IPO) sebagai salah satu masalah yang sering muncul dalam penawaran umum di pasar perdana.
2. Umur perusahaan yang masih tergolong baru sangat rentan mengalami *underpricing* saham pada saat melakukan penawaran umum perdana di pasar modal karena tidak banyak informasi perusahaan yang diketahui oleh para investor.
3. Ukuran perusahaan yang masih kecil tidak memiliki cukup informasi yang dibutuhkan oleh para investor sehingga tingkat ketidakpastian investor akan masa depan sulit diketahui.
4. Perusahaan yang menawarkan saham dengan persentase yang besar dinilai akan meningkatkan ketidakpastian perusahaan dimasa depan dan pada akhirnya akan memperbesar tingkat *underpricing* saham.

5. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan *earning per share* yang positif akan membuat para investor tertarik untuk membeli saham tersebut. Ketertarikan para investor untuk memiliki saham tersebut akan membuat harga saham melonjak, sehingga akan memperbesar tingkat *underpricing* saham.
6. Kondisi pasar yang sangat *unpredictable* mengakibatkan begitu banyak permasalahan dalam harga saham yang ditawarkan oleh perusahaan.
7. Faktor umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar menjadi beberapa faktor yang masih membingungkan jika dilihat dari berbagai hasil penelitian terdahulu yang saling bertolak belakang.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka terdapat pembatasan masalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* saham. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi *underpricing* saham apabila peneliti melakukan penelitian terhadap semua faktor. Agar penelitian ini dapat mendapatkan hasil yang terfokus dan tidak menghasilkan penafsiran yang menyimpang, maka peneliti membatasi masalah pada lima faktor yang mempengaruhi *underpricing* saham yaitu umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan konsidi pasar.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah yang telah dipaparkan, maka diperoleh rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh umur perusahaan terhadap terjadinya *underpricing* saham pada saat *initial public offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap terjadinya *underpricing* saham pada saat *initial public offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh persentase saham yang ditawarkan terhadap terjadinya *underpricing* saham pada saat *initial public offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh *earning per share* (EPS) terhadap terjadinya *underpricing* saham pada saat *initial public offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh kondisi pasar berpengaruh terhadap terjadinya *underpricing* saham pada saat *initial public offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia?
6. Bagaimana pengaruh umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan konsidi pasar secara bersama-sama terhadap terjadinya *underpricing* saham pada saat *initial public offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel umur perusahaan terhadap terjadinya *underpricing* saham pada saat *initial public offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap terjadinya *underpricing* saham pada saat *initial public offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel persentase saham yang ditawarkan terhadap terjadinya *underpricing* saham pada saat *initial public offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel *earning per share* terhadap terjadinya *underpricing* saham pada saat *initial public offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia.
5. Untuk mengetahui pengaruh variabel kondisi terhadap terjadinya *underpricing* saham pada saat *initial public offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia.
6. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar secara bersama-sama terhadap terjadinya *underpricing* saham pada saat *initial public offering* (IPO) Di Bursa Efek Indonesia.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat seperti:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada peneliti selanjutnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* saham.
- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber bacaan bagi penelitian lain dalam pengembangan teori terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* saham.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian-penelitian di bidang pasar modal.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Emiten

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi manajemen untuk mengambil langkah-langkah yang paling tepat saat melakukan *initial public offering* (IPO). Perusahaan yang telah mengambil langkah yang tepat nantinya dapat memperoleh harga yang baik, sehingga semua saham yang ditawarkan oleh perusahaan bisa terjual semuanya di pasar modal.

b. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebuah pertimbangan oleh para calon investor ketika menginvestasikan

dananya di pasar modal. Sehingga para investor dapat memaksimalkan dana yang telah mereka investasikan pada perusahaan yang menjual sahamnya. Dengan demikian investor dapat memperoleh keuntungan baik berupa dividen maupun *capital gain*.

c. Bagi Peneliti

Manfaat yang diperoleh peneliti dari hasil penelitian ini yaitu, menambah pengetahuan mengenai seberapa besar umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar dapat mempengaruhi *underpricing* saham. Peneliti juga memperoleh pengetahuan-pengetahuan baru terkait dengan dunia pasar modal, khususnya tentang *underpricing* saham dan faktor yang mempengaruhinya.

d. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sekaligus untuk memperluas pengetahuan sebagai sumber referensi dalam pemikiran dan penalaran untuk masalah yang baru dalam penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

Teori yang akan menjadi dasar dalam penelitian ini mencakup hal-hal yang berkaitan langsung dengan variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini. Uraian diawali dengan pengertian pasar modal sebagai hal yang paling mendasar sebelum mengetahui detail dari variabel-variabel yang akan diteliti.

1. Pasar Modal

a. Pengertian Pasar Modal

Pengertian pasar modal ini, yang dalam terminologi bahasa Inggris disebut *Stock Exchange* atau *Stock Market*, adalah: *An organized market or exchange where shares (stocks) are trade*, yaitu suatu pasar yang terorganisir dimana berbagai jenis-jenis efek yang diperdagangkan (Sitompul, 2000). Menurut Anoraga dan Pakarti (2001) pasar modal adalah pelengkap di sektor keuangan terhadap dua lembaga lainnya yaitu bank dan lembaga pembiayaan. Pasar modal memberikan jasanya yaitu menjembatani hubungan antara pemilik modal dalam hal ini disebut investor dengan peminjam dana yang dalam hal ini disebut emiten (perusahaan yang *go public*). Menurut Jogiyanto (2000) pasar modal merupakan tempat bertemu antara penjual dan pembeli dengan resiko untung atau rugi. Kebutuhan jangka pendek umumnya diperoleh dari pasar uang. Pasar modal merupakan sarana perusahaan untuk meningkatkan kebutuhan dana jangka panjang dengan menjual saham

atau mengeluarkan obligasi. Dari definisi-definisi pasar modal diatas dapat disimpulkan bahwa pasar modal merupakan suatu tempat sebagai pelengkap di sector keuangan yang digunakan untuk memperdagangkan berbagai jenis efek.

b. Jenis-jenis Pasar Modal

Jenis-jenis pasar modal ada beberapa macam (Sunariyah, 2003), yaitu:

1) Pasar Perdana (*Primary Market*)

Pasar perdana adalah penawaran saham dari perusahaan yang menerbitkan saham (emiten) kepada pemodal selama waktu yang ditetapkan sebelum saham tersebut diperdagangkan di pasar sekunder. Pengertian tersebut menunjukkan, bahwa pasar perdana merupakan pasar modal yang memperdagangkan saham-saham atau sekuritas lainnya yang dijual untuk pertama kalinya (penawaran umum) sebelum saham tersebut dicatatkan di bursa. Pada pasar perdana, hasil penjualan saham keseluruhannya masuk sebagai modal perusahaan.

2) Pasar Sekunder (*Secondary Market*)

Pasar sekunder didefinisikan sebagai perdagangan saham setelah melewati masa penawaran pada pasar perdana. Oleh karena itu pasar sekunder merupakan tempat di mana saham dan sekuritas lain diperjual-belikan secara luas, setelah melalui masa penjualan di pasar perdana. Harga saham di pasar sekunder ditentukan oleh

permintaan dan penawaran antara pembeli dan penjual. Perdagangan pasar sekunder, bila dibandingkan dengan perdagangan pasar perdana mempunyai volume perdagangan yang jauh lebih besar. Hasil penjualan saham pada pasar sekunder biasanya tidak lagi masuk modal perusahaan, melainkan masuk ke dalam kas para pemegang saham yang bersangkutan.

3) Pasar Ketiga (*Third Market*)

Pasar ketiga merupakan pasar perdagangan surat berharga pada saat pasar kedua tutup (Jogiyanto, 2003). Pasar ketiga dijalankan oleh broker (dapat diterjemahkan sebagai makelar atau wali amanat atau pialang) yang mempertemukan pembeli dan penjual pada saat pasar kedua tutup.

4) Pasar Keempat (*Fourth Market*)

Pasar keempat merupakan bentuk perdagangan efek antar pemodal atau dengan kata lain pengalihan saham dari suatu pemegang saham ke pemegang lainnya tanpa melalui perantara pedagang efek. Pasar keempat umumnya menggunakan jaringan komunikasi untuk memperdagangkan saham dalam jumlah blok yang besar (Jogiyanto, 2003).

Dari empat jenis pasar modal sendiri, *underricing* saham terjadi pada pasar primer dimana perusahaan menerbitkan saham kepada pemodal sebelum diperdagangkan ke pasar sekunder. Ketika harga saham yang diterbitkan atau dijual di pasar primer kepada pemodal terlalu murah dan

kemudian pada saat dijual-belikan di pasar sekunder harganya menjadi lebih tinggi, maka kondisi seperti itulah yang disebut fenomena *underpricing* saham.

2. Saham

1) Pengertian Saham

Menurut Darmadji (2001), saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan atau pemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Anoraga dan Pakarti (2001) mendefinisikan saham sebagai surat berharga bukti penyertaan atau pemilikan individu maupun institusi dalam suatu perusahaan. Saham bias juga diartikan secara singkat sebagai sebuah bukti kepemilikan atas suatu perusahaan. Manfaat yang dapat diperoleh jika memiliki saham suatu perusahaan adalah:

- 1) Dividen, bagian dari keuntungan perusahaan yang dibagikan kepada pemilik saham.
- 2) *Capital Gain* adalah keuntungan yang diperoleh dari selisih jual dengan harga belinya.
- 3) Manfaat non finansial, yaitu timbulnya kebanggaan dan kekuasaan, memperoleh hak suara dalam menentukan jalannya perusahaan.

2) Jenis-jenis Saham

Perusahaan dapat menerbitkan dua jenis saham, yaitu saham biasa dan saham preferen.

1) Saham biasa, merupakan pemilik sebenarnya dari perusahaan.

Mereka menanggung semua resiko dan mendapatkan keuntungan.

Pada kondisi yang jelek, mereka tidak akan mendapat dividen.

Namun sebaliknya, jika kondisi perusahaan baik, maka mereka akan memperoleh dividen yang lebih besar. Pemegang saham ini memiliki hak suara dalam RUPS (rapat umum pemegang saham).

2) Saham preferen, merupakan saham yang pemiliknya mendapat hak istimewa dalam pembayaran dividen dibanding pemilik saham biasa. Jika perusahaan likuidasi, pemegang saham preferen akan mendapatkan prioritas pengembalian atas apa yang telah mereka investasikan dan kemudian ketika masih ada sisa asset perusahaan barulah akan dibagikan kepada pemegang saham biasa.

Ketika *underpricing* saham terjadi maka pemilik saham yang menjual sahamnya kembali akan mendapat banyak keuntungan berupa selisih dari harga beli saham pada saat di pasar primer dengan harga jual saham pada saat di pasar sekunder.

3. *Initial Public Offering (IPO)*

a. Pengertian *Initial Public Offering (IPO)*

Penawaran umum atau *Public Offering* atau yang lebih dikenal dengan istilah *go public* adalah kegiatan penjualan saham perdana oleh suatu perusahaan kepada masyarakat (*public*) di pasar modal. Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal mendefinisikan bahwa: “Penawaran Umum adalah kegiatan penawaran Efek yang dilakukan oleh Emitan untuk menjual Efek kepada masyarakat berdasarkan tata cara yang diatur dalam Undang-Undang ini dan peraturan pelaksanaannya.”

Menurut Jogiyanto (2010), *initial public offering* merupakan penawaran saham untuk pertama kalinya. Selanjutnya saham yang ditawarkan atau dijual kepada masyarakat, maka saham tersebut biasanya dicatatkan di suatu bursa efek tertentu sehingga transaksi jual beli selanjutnya dapat berlangsung di bursa efek tersebut. Transaksi di bursa efek sesudah pasar perdana ini disebut pasar sekunder (*secondary market*). *Initial public offering* secara sederhana diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dimana perusahaan menjual sahamnya ke *public* untuk pertama kalinya.

Menurut Darmadji (2001), penawaran umum perdana mencangkup kegiatan-kegiatan berikut:

- 1) Periode pasar perdana, yaitu ketika efek ditawarkan kepada pemodal oleh penjamin emisi melalui agen penjual yang ditunjuk;

- 2) Penjatahan saham, yaitu pengalokasian efek pesanan para pemodal sesuai dengan jumlah efek yang tersedia;
- 3) Pencatatan efek dibursa, yaitu saat efek tersebut mulai diperdagangkan di bursa.

Initial Public Offering (IPO) merupakan suatu persyaratan yang harus dilakukan bagi emiten yang baru pertama kali menjual sahamnya di Bursa Efek. Keputusan perusahaan untuk menjadi perusahaan *go public* merupakan keputusan yang tidak tanpa perhitungan karena perusahaan dihadapkan pada beberapa konsekuensi yang menguntungkan (*benefits*) maupun yang merugikan (*cost*). Alasan dilakukan *go public* adalah karena dorongan atas kebutuhan modal (*capital need*). Perusahaan yang *go public* adalah perusahaan yang mengalami pertumbuhan yang pesat. Karena pertumbuhan yang pesat, perusahaan dituntut untuk mampu menyediakan dana untuk keperluan ekspansi dan untuk keperluan investasi baru.

Pada saat perusahaan memutuskan untuk melakukan IPO (*Initial Public Offering*), permasalahan penting yang dihadapi adalah penentuan besarnya harga penawaran perdana. Penetapan pada harga perdana (*Offering Price*) saham suatu perusahaan untuk pertama kalinya ke publik (*go public*) merupakan hal yang tidak mudah untuk dilakukan. Ada banyak hal atau faktor yang harus dipertimbangkan, seperti: umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang akan ditawarkan, *earning per share*, kondisi pasar, dan lainnya.

Ketepatan harga pada penawaran perdana akan memiliki konsekuensi langsung terhadap tingkat kesejahteraan pemilik lama (*emiten*). Pihak emiten tentu mengharapkan harga jual yang tinggi, karena dengan harga jual yang tinggi penerimaan dari hasil penawaran akan tinggi pula, yang berarti tingkat kesejahteraan mereka juga akan semakin baik. Di sisi lain, harga yang tinggi akan mempengaruhi respon atau minat calon investor untuk membeli atau memesan saham yang ditawarkan. Bila harga terlalu tinggi dan minat investor rendah, besar kemungkinan saham yang ditawarkan akan tidak begitu laku (kurang laku).

Saham yang dijual melalui *Public Offering* dapat digolongkan dalam dua kelompok (Reilly and Brown, 2006):

- 1) *Seasoned equity issues*, adalah penjualan lembar saham tambahan dari lembar saham yang sudah beredar di pasar modal dan oleh karenanya investor memiliki pegangan dalam menentukan harga saham baru yang akan dijual yang setidaknya akan dihargai sebesar atau mendekati harga saham yang beredar.
- 2) *Initial public offering* (IPO), adalah perusahaan pertama kali menjual saham kepada masyarakat dan oleh karena itu tidak ada harga pasar yang ditetapkan bagi saham-saham baru ini di pasar modal.

Beberapa keuntungan yang bisa diperoleh bila perusahaan *Go public* menurut Jogiyanto (2014:35), diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Kemudahan meningkatkan modal di masa mendatang.

Untuk perusahaan yang tertutup, calon investor biasanya enggan untuk menanamkan modalnya disebabkan kurangnya keterbukaan informasi keuangan antara pemilik dan investor. Sedangkan untuk perusahaan yang sudah *going public*, informasi keuangan harus dilaporkan secara regular yang kelayakannya sudah diperiksa oleh akuntan publik.

- 2) Meningkatkan likuiditas bagi pemegang saham.

Untuk perusahaan yang masih tertutup yang belum mempunyai pasar untuk sahamnya, pemegang saham akan lebih sulit untuk menjual sahamnya dibandingkan bila perusahaan sudah *going public*.

- 3) Nilai pasar perusahaan diketahui.

Untuk alasan-alasan tertentu, nilai pasar perusahaan perlu untuk diketahui. Misalnya jika perusahaan ingin memberikan insentif dalam bentuk opsi saham (*stock option*) kepada manajer-manajernya, maka nilai sebenarnya dari opsi tersebut perlu diketahui. Jika perusahaan masih tertutup, nilai dari opsi sulit ditentukan.

Selain keuntungan-keuntungan di atas, terdapat beberapa kerugian yang akan dihadapi oleh perusahaan yang melakukan *going public* menurut Jogiyanto (2014:35-36) diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Biaya laporan yang meningkat.

Untuk perusahaan yang sudah *going public*, setiap kuartal dan tahunnya harus menyerahkan laporan-laporan kepada regulator. Laporan-laporan ini sangat mahal terutama untuk perusahaan yang ukurannya kecil.

- 2) Pengungkapan (*disclosure*).

Beberapa pihak di dalam perusahaan umumnya keberatan dengan ide pengungkapan. Manajer enggan mengungkapkan semua informasi yang dimiliki karena dapat digunakan oleh pesaing. Sedang pemilik juga enggan mengungkapkan informasi tentang saham yang dimilikinya karena publik akan mengetahui besarnya kekayaan yang dimiliki.

- 3) Ketakutan untuk diambil alih.

Manajer perusahaan yang hanya mempunyai hak veto kecil akan khawatir apabila perusahaan *going public*. Manajer perusahaan publik dengan hak veto yang rendah umumnya dapat diganti dengan manajer yang baru jika perusahaan diambil alih

Jika perusahaan memutuskan untuk *going public* dan melemparkan saham perdannya ke publik (*initial public offering*), isu

utama yang muncul adalah tipe saham apa yang akan dilempar dan berapa harga yang harus ditetapkan untuk selembar saham yang paling tepat. Untuk itu perlu sebuah pertimbangan agar tidak salah dalam mengambil keputusan ketika ingin melemparkan saham perusahaannya ke *public*.

b. Tahapan Penawaran Saham Umum (*Initial Public Offering*)

Walaupun sudah lebih singkat namun dalam proses *Initial Public Offering*, calon emiten harus melewati beberapa tahapan (Darmadji dan Hendy M.Fakhruddin, 2011) yaitu sebagai berikut:

1) Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan tahapan yang paling panjang diantara tahapan yang lain, kegiatan yang dilakukan tahapan ini merupakan persiapan sebelum mendaftar ke Bapepam (Badan Pengawas Pasar Modal).

2) Tahap Pemasaran

Pada tahap ini, Bapepam akan melakukan penelitian tentang keabsahan dokumen, keterbukaan seluruh aspek legal, akuntansi, keuangan dan manajemen. Langkah selanjutnya adalah pernyataan pendaftaran yang diajukan ke bapepam sampai pernyataan pendaftaran yang efektif.

3) Tahap Penawaran Umum

Pada tahap ini calon emiten menerbitkan prospektus ringkas di dua media cetak yang berbahasa Indonesia, yang dilanjutkan dengan

penyebaran prospektus lengkap final, melakukan penjatahan, refund dan akhirnya penyerahan Surat Kolektif Saham (SKS) bagi yang mendapat jatahnya.

4) Tahap Perdagangan di Pasar Sekunder

Tahap ini meliputi tahapan melakukan pendaftaran ke bursa efek untuk mencatatkan sahamnya sesuai dengan kelanjutan perjanjian pendahuluan penca-tatan yang telah disetujui. Setelah tercatat maka saham dapat diperdagangkan dilantai bursa.

4. *Underpricing* Saham

a. Pengertian *Underpricing*

Underpricing adalah suatu kondisi di mana, secara rata-rata, harga pasar perusahaan yang baru *go public*, biasanya dalam hitungan hari atau minggu, lebih tinggi dibandingkan dengan harga penawarannya. Kebalikan dari *underpricing* adalah *overpricing*, yaitu suatu kondisi di mana harga pasar saham yang baru ditawarkan secara rata-rata cenderung lebih rendah dibandingkan dengan harga penawarannya. Fenomena terjadinya *underpricing* dijumpai di hampir semua pasar modal yang ada di dunia.

Menurut Pujiharjanto dalam Triani Apriliani dan Nikmah pada Simposium Nasional Akuntasi (2006); *Underpricing* terjadi ketika harga pada saat IPO lebih rendah dibandingkan pada saat diperdagangkan di pasar sekunder. Keadaan ini umum terjadi pada hampir setiap pasar modal baik di Indonesia maupun di luar negeri. *Underpricing* harus

diminilaisir oleh perusahaan agar nantinya dana yang diterima oleh perusahaan bisa maksimal.

Harga saham pada saat IPO merupakan faktor yang penting dalam penentuan seberapa besar jumlah dana yang akan diperoleh perusahaan. Jumlah dana yang diterima perusahaan adalah jumlah perkalian antara jumlah lembar saham yang ditawarkan dengan harga per lembar saham. Jika harga tinggi, maka dana yang akan diperoleh perusahaan juga besar. Namun, berbeda dengan para investor yang menginginkan harga yang rendah pada saat membeli saham perusahaan yang melakukan IPO sehingga dapat memperoleh *return* pada pasar sekunder. Dari uraian tadi terdapat perbedaan kepentingan antara emiten yang menginginkan harga tinggi dengan para investor yang menginginkan harga rendah inilah yang menjadikan perusahaan sedikit kesulitan dalam menentukan harga saham. Perusahaan akan berusaha untuk menentukan harga saham setepat mungkin agar saham yang akan mereka jual tidak terlalu murah. Namun pada kenyataannya, banyak perusahaan yang gagal dalam menentukan harga saham yang tepat pada saat melakukan IPO sehingga terjadi *underpricing* saham.

Underpricing bisa terjadi karena kurangnya perhitungan dalam menentukan harga saham pada saat IPO. Banyak faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan besarnya harga saham. Faktor-faktor tersebutlah yang akan mempengaruhi seberapa besar tingkat *underpricing* dari perusahaan yang melakukan IPO di BEI.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Underpricing* Saham

1) Umur perusahaan

Umur perusahaan menunjukkan berapa lama perusahaan tersebut bertahan dalam persaingan bisnis. Semakin tua umur perusahaan, semakin banyak informasi yang dimiliki masyarakat tentang perusahaan tersebut. Umur perusahaan mengurangi asimetri informasi dan mengurangi ketidakpastian dimasa yang akan datang sehingga dapat menambah kepercayaan investor untuk berinvestasi (Martani, et al., 2012). Perusahaan dengan umur operasi yang lama kemungkinan menyediakan publikasi informasi yang lebih luas dan lebih banyak bila dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri (Sri Retno, 2008).

2) Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan dijadikan proksi tingkat ketidakpastian, karena perusahaan yang berskala besar umumnya lebih dikenal oleh masyarakat daripada perusahaan yang berskala kecil. Karena lebih dikenal, maka informasi mengenai perusahaan besar lebih banyak dibandingkan perusahaan yang berukuran kecil. Bila informasi yang ada ditangan investor banyak, maka tingkat ketidakpastian investor akan masa depan perusahaan bisa diketahui. Oleh karena itu, investor bisa mengambil keputusan lebih tepat bila dibandingkan dengan pengambilan keputusan tanpa informasi (Kartini dan Payamta, 2002). Dengan demikian, perusahaan yang berskala besar

mempunyai tingkat *underpriced* yang lebih rendah daripada perusahaan yang berskala kecil.

3) Persentase saham yang ditawarkan

Persentase penawaran kepada publik menunjukkan porsi kepemilikan saham yang mungkin dikuasai oleh publik. Ljungqvist (2000) menyatakan bahwa kedulian pemilik perusahaan terhadap *underpricing* diukur dari berapa banyak saham yang dijual pada saat IPO. Persentase penawaran kepada publik dimoderasi oleh nilai kapitalisasi pasar dan jumlah hutang perusahaan. Nilai kapitalisasi pasar menggambarkan jumlah dana yang diharapkan perusahaan dari kegiatan penawaran umum, semakin besar dana yang diharapkan maka semakin besar persentase penawaran kepada publik. Jumlah hutang menggambarkan kemungkinan perusahaan menggunakan dana dari hasil penawaran umum untuk membayar hutangnya. Yong (2009) menyatakan bahwa persentase penawaran kepada publik dapat dijadikan indikator untuk melihat aktivitas investor di pasar sekunder, karena persentase penawaran berhubungan dengan kegiatan spekulatif dari investor.

4) *Earning Per Share (EPS)*

Earning per share (laba per saham) yang dibagikan merupakan salah satu informasi penting bagi investor di pasar modal untuk pengambilan keputusan investasinya. *Earning per share* (EPS) merupakan pendapatan bersih yang tersedia bagi saham biasa

yang beredar. *Earning per Share* (EPS) menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa atau laba bersih per lembar saham biasa. Jumlah keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham adalah keuntungan setelah dikurangi pajak pendapatan. Pertumbuhan *earning per share* yang positif memperoleh bagian laba yang lebih besar dimasa yang akan datang atas setiap lembar saham yang dimilikinya. Menurut Ang (1997), *earning per share* (EPS) merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak pada satu tahun buku dengan jumlah saham yang diterbitkan (*Outstanding Shares*).

5) Kondisi pasar

Kondisi pasar adalah keadaan pasar modal yang biasanya tercermin dalam perbedaan angka indeks harga saham. Kondisi pasar diwakili oleh tingkat return pasar pada hari dimana suatu saham perusahaan mulai diperdagangkan pertama kalinya di pasar sekunder. Kiymaz (2000) mengemukakan bahwa kondisi pasar tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *initial return* dan tanda dari koefisien regresi kondisi pasar ini adalah positif.

Menurut Samsul (2006) harga saham akan bergerak secara acak tergantung pada informasi baru yang akan diterima, tetapi informasi tersebut tidak diketahui kapan akan diterimanya sehingga informasi baru dan harga saham itu disebut *unpredictable*. Informasi yang mempengaruhi harga saham nantinya akan berpengaruh

kepada kondisi pasar. Jika informasi bersifat kabar baik (*good news*) maka harga saham akan cenderung mengalami kenaikan dan pasar berada pada keadaan baik atau stabil. Sebaliknya informasi yang bersifat buruk (*bad news*) harga saham akan mengalami penurunan dan kondisi pasar akan cenderung tidak stabil.

B. Penelitian Relevan

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *underpricing* saham telah banyak dilakukan. Hasil penelitian tersebut dapat dijadikan sumber referensi untuk penelitian ini. Berikut ini merupakan penelitian-penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini akan dijelaskan lebih rinci, sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rista Maya tahun 2013

Penelitian Rista Maya (2013) berjudul “Pengaruh Kondisi Pasar, Persentase Saham yang Ditawarkan, *Financial Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap *Underpricing* Saham yang IPO di BEI Periode 2007-2011”. Berdasarkan analisis data yang Rista Maya lakukan, menunjukkan hasil bahwa kondisi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sedangkan variabel persentase saham yang ditawarkan berpengaruh signifikan positif terhadap *underpricing* saham yang melakukan IPO di BEI.

Persamaan penelitian Rista Maya dengan penelitian yang sekarang yaitu sama-sama menggunakan variabel kondisi pasar dan persentase saham

yang ditawarkan sebagai variabel bebas serta variabel *underpricing* sebagai variabel terikatnya. Sedangkan perbedaan penelitian Rista Maya dengan sekarang yaitu adanya variabel baru yaitu umur perusahaan, ukuran perusahaan, dan *earning per share*. Perusahaan yang diteliti pada penelitian Rista yaitu perusahaan yang *listing* di BEI tahun 2007-2011.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ridho Sucahyo (2009)

Penelitian Ridho Sucahyo (2009) berjudul “Pengaruh *financial leverage, return on assets*, dan *earning per share* terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *initial public offering* di Bursa Efek Indonesia tahun 2003-2007”. Hasil analisis regresi berganda dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel EPS berpengaruh terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di BEI, namun koefisien regresi positif mengindikasi bahwa semakin tinggi EPS, menyebabkan semakin tinggi tingkat *underpricing*.

Persamaan penelitian Ridho Sucahyo dengan penelitian yang sekarang yaitu sama-sama menggunakan variabel *earning per share* (EPS) sebagai variabel bebas serta variabel *underpricing* sebagai variabel terikatnya. Sedangkan perbedaan penelitian Ridho Sucahyo dengan yang sekarang yaitu adanya variabel baru yaitu umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, dan kondisi pasar. Perusahaan yang diteliti pada penelitian Ridho Sucahyo yaitu perusahaan non jasa perbankan dan asuransi yang listing di BEI tahun 2003-2007.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Aji Candra Sukma (2013)

Penelitian Aji Candra Sukma (2013) berjudul “Analisis faktor-faktor yang memperngaruhi *underpricing* saham pada pernawaran umum perdana di bursa efek Indonesia tahun 2009-2011”. Hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *underpricing* saham. Sedangkan untuk hasil analisis dari variabel ukuran perusahaan menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap *undepricing* saham.

Persamaan penelitian Aji Candra Sukma dengan penelitian yang sekarang yaitu sama-sama menggunakan variabel umur perusahaan dan ukuran perusahaan sebagai variabel bebas dan *underpricing* sebagai variabel terikatnya. Sedangkan perbedaan penelitian Aji Candra Sukma dengan penelitian yang sekarang yaitu adanya variabel baru yaitu variabel *earning per share*, persentase saham yang ditawarkan dan kondisi pasar. Periode tahun perusahaan yang diteliti juga berbeda yakni pada penelitian Aji Candra periode tahun 2009-2011 sedangkan penelitian saya menggunakan periode tahun 2012-2015.

C. Kerangka Berpikir

1. Pengaruh Umur Perusahaan terhadap *Underpricing* Saham

Umur perusahaan merupakan lamanya perusahaan berdiri dihitung dari tanggal pendirian perusahaan yang tertera pada akta perusahaan sampai saat ini. Perusahaan yang sudah berdiri lama akan sangat mungkin memiliki

banyak informasi untuk menentukan harga saham yang tepat untuk dijual pada masyarakat luas pada pasar modal. Dengan hal tersebut besar dimungkinkan untuk menghindari adanya *underpricing* saham pada saat IPO di pasar modal.

Berdasarkan penelitian Lee, Taylor dan Walter (1996) umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ghozali dan Mansur (2002) dan juga Sri Retno (2008) yang mengatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Berbeda lagi dengan penelitian Wardhani (2003) dengan hasil bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing*.

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Underpricing* Saham

Ukuran perusahaan merupakan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat diukur berdasarkan nilai nominalnya seperti dengan menggunakan jumlah kekayaan (total asset), jumlah penjualan dalam satu periode penjualan, jumlah tenaga kerja, dan total nilai buku tetap perusahaan. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan besar kecilnya total asset yang dimiliki perusahaan tersebut.

Suatu perusahaan yang memiliki skala ekonomi yang tinggi diharapkan akan mampu bertahan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang sudah berskala besar pada umumnya dimungkinkan akan memiliki banyak informasi dalam penentuan harga saham yang nantinya akan dijual pada

public. Kebanyakan investor lebih memilih untuk menginvestasikan modalnya di perusahaan yang memiliki skala ekonomi yang lebih tinggi.

Berdasarkan penelitian Abdullah & Mohd (2004) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *underpricing*. Penelitian Ritter (1991) dan Hanley (1993) (dalam Sulistio, 2005) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing*. Sedangkan penelitian Suyatmin & Sujadi (2006) dan juga Sri Retno (2008) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

3. Pengaruh Persentase Saham yang Ditawarkan terhadap *Underpricing* Saham

Persentase saham yang ditawarkan kepada masyarakat yaitu persentase dari banyaknya lembar saham yang ditawarkan kepada *public* dibagi dengan total saham yang beredar dimasyarakat. Semakin banyaknya persentase saham yang ditawarkan kepada *public* menandakan banyak saham yang ditawarkan kepada masyarakat oleh perusahaan.

Berdasarkan penelitian Syukriy Abdullah (2000) dan juga Sri Retno (2008) yang mengatakan bahwa persentase saham yang ditawarkan tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Sedangkan Rista Maya (2013) melakukan penelitian dengan hasil yang mengatakan bahwa persentase saham yang ditawarkan berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham.

4. Pengaruh *Earning Per Share (EPS)* terhadap *Underpricing* Saham

Earning Per Share (EPS) merupakan laba bersih perusahaan setelah pajak dan bunga (EAT) dibagi dengan jumlah saham yang beredar. Dalam kondisi normal, ketika suatu perusahaan mendapatkan laba yang tinggi berarti perusahaan tersebut tidak memiliki masalah yang berarti pada perusahaan tersebut. Namun, ketika perusahaan memberikan EPS yang terlalu tinggi akan membuat perusahaan kesulitan untuk berkembang dikarenakan pendapatan perusahaan yang dibagikan terlalu banyak, sehingga tidak mampu memberikan tambahan dana untuk memperluas perusahaan. Begitu pula dengan pemberian harga saham pada saat IPO terlalu murah (merugikan perusahaan), sehingga perusahaan tidak dapat memperoleh laba bersih yang cukup tinggi.

Berdasarkan penelitian Sri Retno (2008) menyatakan bahwa EPS berpengaruh terhadap *underpricing* saham yang sekaligus mendukung temuan yang dilakukan oleh Ardiansyah (2004).

5. Pengaruh Kondisi Pasar terhadap *Underpricing* Saham

Kondisi pasar adalah keadaan pasar modal yang biasanya tercermin dalam perbedaan angka indeks harga saham. Kondisi pasar dalam penelitian ini diartikan sebagai kondisi IHSG pembukaan pada hari pertama perusahaan melakukan IPO dikurangi dengan IHSG penutupan pada hari pertama setelah perusahaan melakukan IPO pada Bursa Efek Indonesia. Semakin besar angka yang diperoleh pada kondisi pasar ini dimungkinkan akan terjadi *underpricing* saham begitu juga sebaliknya.

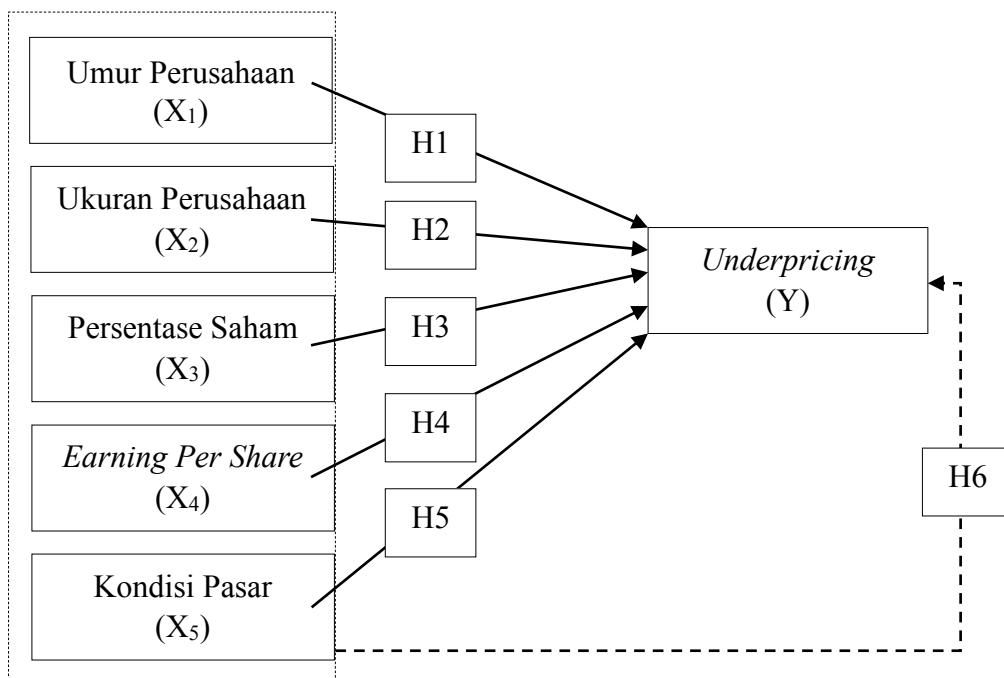
Berdasarkan penelitian Rista Maya (2013) kondisi pasar tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI).

6. Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham yang Ditawarkan, *Earning Per Share*, dan Kondisi Pasar terhadap *Underpricing* Saham

Umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar secara bersama-sama akan sangat mempengaruhi tinggi rendahnya harga saham di pasar modal, baik pengaruh positif ataupun negatif. Adanya keempat faktor tersebut akan mempengaruhi harga saham suatu perusahaan. Penetapan harga saham yang kurang tepat pada saat *Initial Public Offering* (IPO) dapat mengakibatkan harga saham di pasar sekunder lebih mahal dibanding harga saat diperdagangkan di pasar primer (*underpricing*) ataupun sebaliknya harga saham pada saat IPO lebih mahal dibanding harga di pasar sekunder (*overpricing*).

D. Paradigma Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka dapat dibuat paradigma penelitian dengan variabel bebas yaitu umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar, serta variabel terkait yaitu *underpricing* saham, dapat digambarkan pada bagan sebagai berikut:



Gambar 1. Paradigma Penelitian

Keterangan:

- = pengujian secara parsial
- - - → = pengujian secara simultan

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan informasi yang telah dituliskan dan juga hasil dari penelitian-penelitian terdahulu, hipotesis yang dapat diturunkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Umur perusahaan berpengaruh negatif antara umur perusahaan terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- H2: Ukuran perusahaan (*firm size*) berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- H3: Persentase saham yang ditawarkan berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- H4: *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh positif terhadap besarnya tingkat *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- H5: Kondisi pasar berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- H6: Umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar berpengaruh secara simultan terhadap tingkat *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan yang melakukan IPO (*Initial Public Offering*) di BEI selama periode 2012-2015. Penelitian ini dimulai pada bulan Agustus 2016.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif (*causal comparative research*) yaitu tipe penelitian dengan tujuan untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab-akibat dengan dasar pengamatan terhadap akibat yang ada atau mencari faktor yang mungkin menjadi penyebab melalui data tertentu (Sumandi Suryabrata, 2012: 84)

Data yang digunakan dalam penelitian ini berjenis data kuantitatif, yaitu data dalam variabel berupa angka dalam arti sesungguhnya.

C. Definisi Operasional Variabel

Dalam rangka menguji hipotesis yang telah diajukan, variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan ke dalam dua variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Definisi operasional variabel-variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Dependental (Y)

Dependent variabel (Y) atau variabel terikat adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen (Husein Umar, 2011: 48).

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* pada Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015. *Underpricing* saham adalah suatu kondisi dimana harga saham yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pada saat pertama kali menjualnya ke *public* atau yang dijual di pasar perdana lebih murah dibandingkan dengan harga saham yang dijual di pasar sekunder.

Pada penelitian ini, *underpricing* dihitung sebagai selisih harga saham pada hari pertama penutupan pada pasar sekunder dengan harga penawaran di pasar primer dibagi dengan harga penawaran perdana. Rumus pada penelitian ini untuk menghitung tingkat *underpricing* saham adalah sebagai berikut:

$$\text{Underpricing Saham} = \frac{P1 - P0}{P0} \times 100\%$$

Keterangan:

P1 = Harga saham pada hari pertama penutupan pada pasar sekunder
 P0 = Harga penawaran di pasar primer

2. Variabel Independen (X)

Independent variabel (X) atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lainnya (Husein Umar, 2011: 48). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar.

a. Umur Perusahaan (X_1)

Variabel umur perusahaan ini diukur dengan lamanya perusahaan beroperasi sejak didirikan berdasarkan akte pendirian sampai dengan saat perusahaan tersebut melakukan penawaran umum perdana (IPO). Umur perusahaan ini dihitung dengan skala tahunan. Pengukuran ini juga dipergunakan oleh Trisnawati (1999) dan Nurhidayati (1998).

b. Ukuran Perusahaan (X_2)

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dari nilai ukuran nominalnya, seperti jumlah kekayaan atau total asset, total nilai buku, jumlah tenaga kerja, dan lainnya. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dihitung dari besarnya total aset tahun terakhir yang dimiliki perusahaan sebelum perusahaan tersebut *go public* di pasar modal. Besar kecilnya total asset prusahaan menentukan ukuran perusahaan dalam penelitian ini. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus:

$$\text{SIZE} = \log \text{natural } \textit{Total Asset}$$

c. Persentase Saham yang Ditawarkan (X_3)

Persentase saham yang ditawarkan merupakan persentase saham yang yang ditawarkan ke *public* ketika perusahaan melakukan IPO. Dalam penelitian ini, persentase saham yang ditawarkan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$PS = \frac{\text{Jumlah Saham yang Ditawarkan}}{\text{Total Saham Beredar}} \times 100\%$$

d. *Earning Per Share (X₄)*

Earning per share menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar saham biasa atau laba bersih perlembar saham biasa. Nilai dari EPS dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak & Bunga (EAT)}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

e. *Kondisi Pasar (X₅)*

Kondisi pasar diwakili oleh tingkat *return* pasar pada hari dimana suatu saham perusahaan pertama kali diperdagangkan di pasar sekunder. Tingkat return pasar dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$Market = \left(\frac{IHSG_{Close} - IHSG_{Open}}{IHSG_{Open}} \right) \times 100\%$$

Keterangan:

$IHSG_{open}$ = IHSG pembukaan pada hari pertama setelah perusahaan listing di BEI

$IHSG_{close}$ = IHSG penutupan pada hari pertama setelah perusahaan listing di BEI

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan (Sugiyono, 2009:115). Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan yang melakukan *Initial*

Public Offering di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015 yang berjumlah 90 perusahaan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2009:91). Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu merupakan teknik pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan kriteria tertentu (Sugiyono, 2009:216). Kriteria-kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Perusahaan yang melakukan IPO (*Initial Public Offering*) di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015 dan mengalami *underpricing* saham.
- b. Perusahaan menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya.

Berdasarkan kriteria di atas, maka perusahaan-perusahaan yang memenuhi syarat untuk bisa digunakan menjadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 66 perusahaan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Metode dokumentasi dilakukan dengan cara menyalin dan mengarsip data-data dari sumber yang tersedia yaitu menggunakan data sekunder yang berasal dari situs BEI di www.idx.co.id. Data sekunder lain juga diperoleh dari artikel, jurnal, dan literature yang berkaitan dengan penelitian.

F. Teknik Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Statistik deskritif bertujuan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi (Wiratna dan Poly, 2012:9). Penelitian ini menjabarkan jumlah data, nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, standar deviasi. Statistik deskriptif dihitung dengan menggunakan program aplikasi *microsoft excel* untuk mempermudah perhitungan.

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, data penelitian perlu diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik dengan tujuan untuk memperoleh hasil yang akurat dan tidak menyesatkan. Uji asumsi klasik terdiri dari pengujian-pengujian sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau atau mendekati normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual distribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Imam Ghozali, 2011:160).

Pada penelitian ini, akan dilakukan pengamatan terhadap nilai residual dan juga distribusi variabel-variabel yang akan diteliti. Uji normalitas yang digunakan adalah uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Dasar pengembalian dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) adalah apabila nilai signifikan atau nilai probabilitas $> 0,05$ atau 5% maka data terdistribusi secara normal dan apabila nilai signifikansi atau probabilitas $< 0,05$ atau 5% maka data tidak terdistribusi normal (Imam Ghazali, 2011:34).

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian asumsi ini untuk menunjukkan adanya hubungan linear antara variabel-variabel bebas dalam model regresi maupun untuk menunjukkan ada tidaknya derajat kolinearitas yang tinggi diantara varibel-variabel bebas. Jika antar variabel bebas berkorelasi dengan sempurna maka disebut multikolinearitasnya sempurna (*perfect multicolliniarity*), yang berarti model kuadrat terkecil tersebut tidak dapat digunakan.

Dalam penelitian ini, uji multikolinieriaritas dapat dilihat dari *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai *cut-off* yang umum adalah:

- 1) Jika nilai *tolerance* > 10 persen dan VIF < 10 persen, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam suatu model regresi.
- 2) Jika nilai *tolerance* < 10 persen dan nilai VIF > 10 persen, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam suatu model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari suatu pengamatan itu adalah tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika varians berbeda maka terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser*. Menurut Sofyan Yamin dkk (2011:17-18), uji *glejser* merupakan uji untuk meregresikn antara harga mutlak residual *unstandardized* dan nilai variabel independen atau variabel independen yang telah ditransformasi. Kriteria pengambilan keputusan adalah signifikansi dari variabel independen lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Persamaan *glesjer* adalah:

$$|\hat{u}| = \beta_1 + \beta_2 X_1 + v_1$$

d. Uji Autokorelasi

Menurut Husein Umar (2011:179), uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear terdapat

hubungan yang kuat baik positif ataupun negatif antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Apabila terjadi autokorelasi maka akan menyebabkan informasi yang diberikan menjadi menyesatkan. Oleh karena itu, regresi yang baik adalah tidak terjadi autokorelasi.

Dalam penelitian ini, uji autokorelasi menggunakan uji *Durbin Waston* (*DW-Test*), dimana dalam pengambilan keputusan melihat beberapa jumlah sampel yang diteliti yang kemudian dilihat angka ketentuannya pada table *Durbin Waston*. Nilai *Durbin Waston* (*DW*) harus dihitung terlebih dahulu, kemudian dibandingkan dengan nilai batas atas (*dU*) dan nilai batas bawah (*dL*) untuk nilai *n* (jumlah sampel) dan *k* (jumlah variabel bebas) yang ada dalam table *Durbin Waston* dengan ketentuan sebagai berikut:

1. $DW < dL$, terdapat autokorelasi positif (+)
2. $dL < DW < dU$, tidak dapat disimpulkan
3. $dU < DW < 4-dU$, tidak terjadi autokorelasi
4. $4-dU < DW < 4-dL$, tidak dapat disimpulkan
5. $DW < 4-dL$, terdapat autokorelasi negative (-)

(Wahid Sulaiman, 2004:16)

3. Analisis Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar terhadap *underpricing* saham. Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda.

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana merupakan metode statistik untuk menguji hubungan antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat (Imam Ghozali, 2011:7).

1) Membuat garis regresi linear sederhana

Persamaan umum regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

$$Y = \text{Underpricing Saham } \left(\frac{P_1 - P_0}{P_0} \times 100\% \right)$$

a = Harga Y bila X = 0 (konstanta)

b = Koefisiensi regresi

X = Untuk variabel Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, *Earning Per Share* (EPS), Persentase Saham yang Diterbitkan, dan Kondisi Pasar.

(Winarta dan Poly, 2012:83-84)

2) Menguji signifikansi dengan Uji t

Uji t dimaksudkan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, menggunakan rumus:

$$t = \frac{r \sqrt{(n - 2)}}{\sqrt{(1 - r^2)}}$$

Keterangan:

t = t hitung

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

(Sugiyono, 2010: 250)

Pengambilan keputusan dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel dengan taraf signifikansi 5%. Jika t hitung lebih besar atau sama dengan t tabel maka terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara signifikan.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2009:277). Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik atau turunnya) variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor yang dapat dimanipulasi nilainya. Langkah-langkah dalam melakukan analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat persamaan garis regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

Y	= <i>Underpricing</i> saham
b_1, b_2, b_3, b_4, b_5	= Koefisien regresi
a	= Konstanta
X_1	= Umur perusahaan
X_2	= Ukuran perusahaan
X_3	= Persentase saham yang ditawarkan
X_4	= <i>Earning per share</i>
X_5	= Kondisi pasar

(Winarta dan Poly, 2012:88)

- 2) Mencari koefisiean determinasi antara X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5

bersama-sama dengan Y , dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2_{y(1,2,3,4,5)} = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y + b_4 \sum X_4 Y + b_5 \sum X_5 Y}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

$R^2_{y(1,2,3,4,5)}$	= koefisien determinasi antara <i>underpricing</i> dengan umur perusahaan, ukuran penusahaan, persentase saham yang ditawarkan, <i>earning per share</i> , dan kondisi pasar
b_1, b_2, b_3, b_4, b_5	= koefisien umur perusahaan, ukuran penusahaan, persentase saham yang ditawarkan, <i>earning per share</i> , dan kondisi pasar
$\sum X_1 Y$	= jumlah produk antara umur perusahaan dengan <i>underpricing</i>
$\sum X_2 Y$	= jumlah produk antara ukuran perusahaan dengan <i>underpricing</i>
$\sum X_3 Y$	= jumlah produk antara persentase saham yang ditawarkan dengan <i>underpricing</i>
$\sum X_4 Y$	= jumlah produk antara <i>earning per share</i> dengan <i>underpricing</i>
$\sum X_5 Y$	= jumlah produk antara kondisi pasar dengan <i>underpricing</i>
$\sum Y^2$	= jumlah kuadrat <i>underpricing</i>

(Danang Sunyoto, 2007: 20)

- 3) Menguji signifikansi regresi berganda dengan uji F dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2(n - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan:

F_{hitung} = harga F garis regresi

n = jumlah sampel

m = jumlah prediktor

R^2 = koefisien determinasi antara kriterium dan prediktor
(Danang Sunyoto, 2007: 20)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder yang diperoleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan juga website www.e-bursa.com. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik dokumentasi, yaitu dengan melihat dokumen yang telah ada sebelumnya (laporan keuangan perusahaan). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan IPO pada tahun 2012-2015. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu merupakan teknik pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan kriteria tertentu. Berikut ini kriteria yang digunakan dalam pemilihan dan pengambilan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Perusahaan yang melakukan IPO (*Initial Public Offering*) di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015 dan mengalami *underpricing* saham.
2. Perusahaan menggunakan mata uang rupiah dalam menerbitkan laporan keuangannya.

Tabel 1. Prosedur Penarikan Sampel

No.	Keterangan	Tahun 2012-2015
1	Perusahaan yang melakukan IPO di BEI pada tahun 2012-2015.	90
2	Perusahaan yang melakukan IPO tahun 2012-2015 dan menerbitkan laporan keuangan dalam satuan rupiah.	68
3	Perusahaan yang memiliki data meragukan.	(2)
4	Jumlah perusahaan yang menjadi sampel.	66

Sumber : www.idx.co.id dan www.e-bursa.com (data diolah)

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, maka perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memenuhi persyaratan sebanyak 66 perusahaan.

B. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini meliputi nilai minimum, nilai maksimum, *mean*, dan standar deviasi. Pengolahan data untuk analisis deskriptif ini menggunakan IBM *SPSS Statistic 20*. Deskripsi data masing-masing variabel secara rinci dapat dilihat dalam Tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min.	Max.	Mean	Std. Deviation	Ket. satuan
Umur Perusahaan	66	3	58	21,26	12,949	Tahun
Ukuran Perusahaan	66	25,62	30,84	27,8120	1,01963	LN Aset
Persentase Saham Ditwarkan	66	0,13	59,05	21,7153	10,95251	Persen
<i>Earning Per Share</i>	66	-36,20	384,13	36,8164	60,10061	Rupiah
Kondisi Pasar	66	-0,0317	0,0243	-0,002441	0,0110447	Desimal
<i>Underpricing</i>	66	0,0035	0,7000	0,282192	0,2452833	Desimal

Sumber: Data sekunder yang diolah

1. *Underpricing* Saham

Underpricing saham diukur dengan membandingkan harga saham pada hari pertama penutupan pada pasar sekunder dikurangi dengan harga saham pada saat penawaran di pasar primer dibagi dengan harga saham pada saat penawaran di pasar primer. Berdasarkan analisis statistik deskriptif pada Tabel 2, dapat diketahui besarnya *underpricing* saham berkisar antara 0,0035 hingga 0,7000 dengan nilai mean sebesar 0,282192 dan standar

deviasi sebesar 0,2452833. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai *underpricing* saham berkisar antara 0,0035 hingga 0,7000 dan mempunyai nilai rata-rata 0,282192. Besarnya standar deviasi dari *underpricing* saham adalah 0,2452833. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa PT Golden Plantation Tbk memiliki nilai *underpricing* saham paling rendah dan nilai maksimum dimiliki oleh tiga perusahaan, yaitu PT Bank Agris Tbk, PT Bank Dinar Indonesia Tbk, dan PT Mitra Komunikasi Nusantara Tbk.

2. Umur Perusahaan

Umur perusahaan ditunjukkan dengan lamanya perusahaan berdiri berdasarkan akta pendirian sampai dengan perusahaan melakukan IPO di BEI. Berdasarkan analisis statistik deskriptif pada Tabel 2, dapat diketahui besarnya umur perusahaan berkisar antara 3 hingga 58 dengan nilai mean sebesar 21,26 dan standar deviasi sebesar 12,949. Hal tersebut menunjukkan bahwa umur perusahaan berkisar antara 3 tahun hingga 58 tahun dan mempunyai nilai rata-rata 21,26 tahun. Besarnya standar deviasi dari umur perusahaan adalah 12,949. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa Dua Putra Utama Makmur Tbk memiliki umur perusahaan paling rendah dan umur perusahaan paling lama dimiliki oleh PT Asuransi Kresna Mitra Tbk.

3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan diukur dengan besarnya total asset perusahaan pada saat melakukan IPO di BEI. Berdasarkan analisis statistik deskriptif

pada Tabel 2, dapat diketahui besarnya ukuran perusahaan berkisar antara 25,62 hingga 30,84 dengan nilai mean sebesar 27,8120 dan standar deviasi sebesar 1,01963. Hal tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berkisar antara Rp. 133.241.086.443 dimiliki oleh PT Mitra Komunikasi Nusantara Tbk hingga Rp. 24.846.516.000.000 dimiliki oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk.

4. Persentase Saham yang Ditawarkan

Persentase saham yang ditawarkan diukur berdasarkan persentase dari jumlah saham yang ditawarkan dibanding total saham beredar. Berdasarkan analisis statistik deskriptif pada Tabel 2, dapat diketahui besarnya persentase saham yang ditawarkan antara 0,13 hingga 59,05 dengan nilai mean sebesar 21,7153 dan standar deviasi sebesar 10,95251. Hal tersebut menunjukkan bahwa persentase saham yang ditawarkan berkisar antara 0,13% hingga 59,05% dan mempunyai nilai rata-rata sebesar 21,7153%. Besarnya standar deviasi dari umur perusahaan adalah 10,95251. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa PT Batavia Prosperindo Internasional Tbk memiliki persentase saham yang ditawarkan paling rendah dan persentase saham yang ditawarkan paling tinggi dimiliki oleh PT Magna Finance Tbk.

5. Earning Per Share

Earning per share (EPS) diukur dengan besarnya laba bersih setelah pajak (EAT) dibagi dengan jumlah saham yang beredar. Berdasarkan analisis statistik deskriptif pada Tabel 2, dapat diketahui besarnya *earning*

per share antara -36,20 hingga 384,13 dengan nilai mean sebesar 36,8164 dan standar deviasi sebesar 60,10061. Hal tersebut menunjukkan bahwa *earning per share* berkisar antara Rp. -36,20 hingga Rp. 384,13 dan mempunyai nilai rata-rata sebanyak Rp. 36,82. Besarnya standar deviasi dari *earning per share* adalah 60,10061. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa PT Graha Layar Prima Tbk memiliki *earning per share* paling rendah dan PT Impack Pratama Industri Tbk memiliki *earning per share* paling tinggi.

6. Kondisi Pasar

Kondisi pasar diwakili oleh besarnya tingkat *return* pasar pada hari dimana suatu saham perusahaan pertama kali diperdagangkan di pasar sekunder. Besarnya kondisi pasar diukur dengan besarnya IHSG penutupan saat listing di BEI dikurangi dengan IHSG pembukaan saat listing di BEI dibanding dengan IHSG pembukaan saat listing di BEI. Berdasarkan analisis statistik deskriptif pada Tabel 2, dapat diketahui besarnya kondisi pasar antara -0,0317 hingga 0,0243 dengan nilai mean sebesar -0,002441 dan standar deviasi sebesar 0,0110447. Hal tersebut menunjukkan bahwa kondisi pasar berkisar antara -0,0317 hingga 0,0243 dan mempunyai nilai rata-rata -0,002441. Besarnya standar deviasi dari umur perusahaan adalah 0,0110447. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa kondisi pasar paling rendah terjadi pada tiga perusahaan saat melakukan listing di BEI, yaitu: PT Multipolar Technology Tbk, PT Victoria Investama Tbk, dan PT

Bank Mestika Dharma Tbk. Sedangkan kondisi pasar paling tinggi terjadi pada saat PT Dharma Satya Nusantara Tbk melakukan IPO di BEI.

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variable-variabel dalam penelitian memiliki sebaran distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Kolmogrov-Smirnov*. Sebuah data yang baik harus memiliki distribusi yang normal. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yakni jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Berikut adalah hasil perhitungan *Kolmogrov-Smirnov* dengan bantuan SPSS.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Kolmogrov-Smirnov	Sig	Keterangan
1,137	0,151	Data Normal

Sumber: Data sekunder yang diolah

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui nilai signifikansinya sebesar 0,151 yang berarti lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik ditunjukkan dengan tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independennya. Multikolinieritas antar variabel independen dapat

dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai $VIF \leq 10$ dan nilai $Tolerance \geq 0,10$, maka model regresi bebas dari multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas yang dilakukan dengan IBM SPSS Statistics 20 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Perhitungan		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Umur Perusahaan	0,940	1,063	Tidak terjadi multikolinieritas
Ukuran Perusahaan	0,883	1,133	Tidak terjadi multikolinieritas
Persentase Saham Ditwarkan	0,914	1,094	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Earning Per Share</i>	0,968	1,033	Tidak terjadi multikolinieritas
Kondisi Pasar	0,992	1,008	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data sekunder yang diolah

Berdasarkan Tabel 4, hasil perhitungan menunjukkan bahwa semua variabel independen mempunyai nilai $Tolerance \geq 0,10$. Nilai VIF berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan semua variabel independen mempunyai nilai $VIF \leq 10$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda

disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah Uji *Glejser* menggunakan program SPSS. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Umur Perusahaan	0,593	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Ukuran Perusahaan	0,431	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persentase Saham Ditawarkan	0,695	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Earning Per Share</i>	0,549	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kondisi Pasar	0,285	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data sekunder yang diolah

Berdasarkan Tabel 6, semua variabel bebas mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara residual periode t dengan residual pada periode t-1 (periode sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka ada masalah autokorelasi. Autokorelasi terjadi karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah

regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk melihat adanya autokorelasi digunakan *Durbin Watson Test* (DW).

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Durbin Watson	Keterangan
2,163	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data sekunder yang diolah

Hasil uji autokorelasi pada Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson adalah 2,163 lebih besar dari nilai dU 1,7676 pada tingkat signifikansi 0,05. Nilai DW 2,163 lebih kecil dari 4-dU yakni 2,2324 sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

D. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesi dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini uji hipotesis pertama, kedua, ketiga, keempat, dan kelima menggunakan analisis regresi linear sederhana, sedangkan untuk uji hipotesis keenam menggunakan analisis regresi linear berganda.

1. Uji Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama mengatakan bahwa “umur perusahaan berpengaruh negatif antara umur perusahaan terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Dari analisis regresi linear sederhana diperoleh rangkuman hasil sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Pertama

Model Regresi	Keterangan	Koefisien Regresi	t Hitung	Sig.
1	Konstanta	0,310	5,276	0,000
	X ₁	-0,001	-0,546	0,587
R Square = 0,005				

Sumber: Data sekunder yang diolah

Berdasarkan Tabel 7, dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta adalah sebesar 0,310 dan koefisien regresi dari umur perusahaan terhadap *underpricing* saham sebesar -0,001. Dari hasil tersebut, dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,310 + (-0,001 X_1)$$

Keterangan:

Y : *Underpricing* saham

X₁ : Umur perusahaan

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat diketahui apabila variabel umur perusahaan dianggap konstan, maka perubahan *underpricing* saham adalah sebesar 0,310 satuan. Dari persamaan regresi di atas juga dapat diketahui jika variabel umur perusahaan naik sebesar satu satuan, maka akan menurunkan variabel *underpricing* saham sebesar 0,001 satuan. Hasil pada Tabel 7 menunjukkan nilai R *square* sebesar 0,005 yang berarti bahwa *underpricing* saham dapat dijelaskan oleh umur perusahaan sebesar 0,005 atau 0,5% sedangkan sisanya sebesar 99,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Uji t untuk variabel umur perusahaan pada Tabel 7 menunjukkan nilai t hitung $-0,546 < t \text{ tabel } 1,997$ (tingkat signifikansi 5%, df=65). Hal tersebut menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap

underpricing saham. Hal ini juga didukung oleh nilai signifikansi sebesar $0,587 > 0,05$ yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara umur perusahaan terhadap *underpricing* saham.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham. Dengan demikian, hipotesis pertama yang mengatakan umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia ditolak.

2. Uji Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua mengatakan bahwa “Ukuran perusahaan (*firm size*) berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Dari analisis regresi linear sederhana diperoleh rangkuman hasil sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis Kedua

Model Regresi	Keterangan	Koefisien Regresi	t Hitung	Sig.
1	Konstanta	2,267	2,836	0,006
	X ₂	-0,071	-2,485	0,016
R Square = 0,088				

Sumber: Data sekunder yang diolah

Berdasarkan Tabel 8, dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta adalah sebesar 2,267 dan koefisien regresi dari ukuran perusahaan terhadap *underpricing* saham sebesar -0,071. Dengan melihat nilai koefisien regresi dari variabel ukuran perusahaan sebesar -0,071 menunjukkan bahwa

terdapat hubungan negatif antara ukuran perusahaan dan *underpricing* saham. Dari hasil tersebut, dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,267 + (-0,071 X_2)$$

Keterangan:

Y : *Underpricing* saham

X_1 : Ukuran perusahaan

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat diketahui apabila variabel ukuran perusahaan dianggap konstan, maka perubahan *underpricing* saham adalah sebesar 2,267 satuan. Dari persamaan regresi di atas juga dapat diketahui jika variabel umur perusahaan naik sebesar satu satuan, maka akan menurunkan variabel *underpricing* saham sebesar 0,071 satuan. Hasil pada Tabel 8 menunjukkan nilai R *square* sebesar 0,088 yang berarti bahwa *underpricing* saham dapat dijelaskan oleh umur perusahaan sebesar 0,088 atau 8,8% sedangkan sisanya sebesar 81,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Uji t untuk variabel ukuran perusahaan pada Tabel 8 menunjukkan nilai t hitung -2,485 dan t tabel 1,997 (tingkat signifikansi 5%, df=65). Nilai t hitung dalam IMB SPSS *Statistic* adalah nilai absolut, sehingga tanda negatif diabaikan (Wahana Komputer, 2006,253). Jika keduanya dibandingkan, maka t hitung lebih besar dari t tabel ($2,485 > 1,997$). Hal tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *underpricing* saham. Hal ini juga didukung oleh nilai signifikansi sebesar $0,016 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara umur perusahaan terhadap *underpricing* saham.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan IPO di BEI. Dengan demikian, hipotesis kedua yang mengatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) **diterima**.

3. Uji Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga mengatakan bahwa “Persentase saham yang ditawarkan berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Dari analisis regresi linear sederhana diperoleh rangkuman hasil sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Ketiga

Model Regresi	Keterangan	Koefisien Regresi	t Hitung	Sig.
1	Konstanta	0,137	2,109	0,039
	X ₃	0,007	2,507	0,015
R Square = 0,089				

Sumber: Data sekunder yang diolah

Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa nilai konstanta adalah sebesar 0,137 dan koefisien regresi dari persentase saham yang ditawarkan terhadap *underpricing* saham sebesar 0,007. Dengan melihat nilai koefisien regresi dari variabel persentase saham yang ditawarkan sebesar 0,007 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara persentase saham yang ditawarkan dan *underpricing* saham. Dari hasil tersebut, dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,137 + 0,007 X_3$$

Keterangan:

Y : *Underpricing* saham

X_1 : Persentase saham yang ditawarkan

Dari persamaan tersebut dapat diketahui apabila variabel persentase saham yang ditawarkan dianggap konstan, maka perubahan *underpricing* saham adalah sebesar 0,137 satuan. Dari persamaan regresi di atas juga dapat diketahui jika variabel persentase saham yang ditawarkan naik sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan variabel *underpricing* saham sebesar 0,007 satuan. Hasil pada Tabel 9 menunjukkan nilai R *square* sebesar 0,089 yang berarti bahwa *underpricing* saham dapat dijelaskan oleh persentase saham yang ditawarkan sebesar 0,089 atau 8,9% sedangkan sisanya sebesar 91,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Uji t pada Tabel 9 menunjukkan nilai t hitung $2,507 > t$ tabel 1,997 (tingkat signifikansi 5%, df=65). Hal tersebut menunjukkan bahwa persentase saham yang ditawarkan berpengaruh terhadap *underpricing* saham. Hal ini juga didukung oleh nilai signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara persentase saham yang ditawarkan terhadap *underpricing* saham.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel persentase saham yang ditawarkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *underpricing* saham. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang mengatakan persentase saham yang ditawarkan berpengaruh positif

terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) diterima.

4. Uji Hipotesis Keempat

Hipotesis keempat mengatakan bahwa “*Earning Per Share* (EPS) berpengaruh positif terhadap besarnya tingkat *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Dari analisis regresi linear sederhana diperoleh rangkuman hasil sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Keempat

Model Regresi	Keterangan	Koefisien Regresi	t Hitung	Sig.
1	Konstanta	0,244	7,048	0,000
	X ₄	0,001	2,131	0,037
R Square = 0,066				

Sumber: Data sekunder yang diolah

Hasil uji hipotesis keempat menunjukkan bahwa nilai konstanta adalah sebesar 0,244 dan koefisien regresi dari *earning per share* terhadap *underpricing* saham sebesar 0,001. Dengan melihat nilai koefisien regresi dari variabel *earning per share* sebesar 0,001 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *earning per share* dan *underpricing* saham. Dari hasil tersebut, dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,244 + 0,001 X_4$$

Keterangan:

- Y : *Underpricing* saham
X₁ : *Earning per share*

Dari persamaan tersebut dapat diketahui apabila variabel *earning per share* dianggap konstan, maka perubahan *underpricing* saham adalah

sebesar 0,244 satuan. Dari persamaan regresi di atas juga dapat diketahui jika variabel *earning per share* naik sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan variabel *underpricing* saham sebesar 0,001 satuan. Hasil pada Tabel 10 menunjukkan nilai R *square* sebesar 0,066 yang berarti bahwa *underpricing* saham dapat dijelaskan oleh persentase saham yang ditawarkan sebesar 0,066 atau 6,6% sedangkan sisanya sebesar 93,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Uji t pada Tabel 10 menunjukkan nilai t hitung $2,131 > t$ tabel 1,997 (tingkat signifikansi 5%, df=65). Hal tersebut menunjukkan bahwa *earning per share* berpengaruh terhadap *underpricing* saham. Hal ini juga didukung oleh nilai signifikansi sebesar $0,037 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *earning per share* terhadap *underpricing* saham.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel *earning per share* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *underpricing* saham. Dengan demikian, hipotesis keempat yang mengatakan *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh positif terhadap besarnya tingkat *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) **diterima**.

5. Uji Hipotesis Kelima

Hipotesis kelima mengatakan bahwa “Kondisi pasar berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Dari analisis regresi linear sederhana diperoleh rangkuman hasil sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Kelima

Model Regresi	Keterangan	Koefisien Regresi	t Hitung	Sig.
1	Konstanta	0,279	8,969	0,000
	X ₅	-1,241	-0,448	0,656
R Square = 0,003				

Sumber: Data sekunder yang diolah

Dari tabel 11 menunjukkan bahwa nilai konstanta adalah sebesar 0,279 dan koefisien regresi dari kondisi pasar terhadap *underpricing* saham sebesar -1,241. Dari hasil tersebut, dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,279 + (-1,241 X_5)$$

Keterangan:

Y : *Underpricing* saham
X₁ : Kondisi pasar

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat diketahui apabila variabel kondisi pasar dianggap konstan, maka perubahan *underpricing* saham adalah sebesar 0,279 satuan. Dari persamaan regresi di atas juga dapat diketahui jika variabel kondisi pasar naik sebesar satu satuan, maka akan menurunkan variabel *underpricing* saham sebesar 1,241 satuan. Hasil pada Tabel 11 menunjukkan nilai R *square* sebesar 0,003 yang berarti bahwa *underpricing* saham dapat dijelaskan oleh kondisi pasar sebesar 0,003 atau 0,3% sedangkan sisanya sebesar 99,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Uji t untuk variabel kondisi pasar pada Tabel 11 menunjukkan nilai t hitung $-0,448 < t$ tabel 1,997 (tingkat signifikansi 5%, df=65). Hal tersebut

menunjukkan bahwa kondisi pasar tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham. Hal ini juga didukung oleh nilai signifikansi sebesar $0,656 > 0,05$ yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kondisi pasar terhadap *underpricing* saham.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel kondisi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham. Dengan demikian, hipotesis kelima yang mengatakan kondisi pasar berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) **ditolak**.

6. Uji Hipotesis Keenam

Hipotesis keenam mengatakan bahwa “Umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar berpengaruh secara simultan terhadap tingkat *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Dari analisis regresi linear sederhana diperoleh rangkuman hasil sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis Keenam

Variabel	Koefisien Regresi	T hitung	Sig.
Konstanta	1,855		
Age	0,000	-0,203	0,840
Size	-0,061	-2,075	0,042
PS	0,004	1,659	0,102
EPS	0,001	2,104	0,040
Market	-1,601	-0,624	0,535
	F hitung = 3,080 R Square = 0,204 Sig. = 0,015		

Sumber: Data sekunder yang diolah

Dari Tabel 12 maka diketahui koefisien dari masing-masing variabel dalam persamaan regresi linear berganda. Umur perusahaan (X_1) dan ukuran perusahaan (X_2) memiliki koefisien 0,000 dan -0,061. Persentase saham yang ditawarkan (X_3) dan *earning per share* (X_4) memiliki koefisien 0,004 dan 0,001. Sedangkan variabel kondisi psar memiliki koefisien sebesar -1,601. Berikut adalah persamaan regresi yang terbentuk dari analisis tersebut:

$$Y = 1,855 + 0,000 X_1 + (-0,061 X_2) + 0,004 X_3 + 0,001 X_4 + (-1,601 X_5)$$

Keterangan:

- Y : *Underpricing* saham
- X_1 : Umur perusahaan
- X_2 : Ukuran perusahaan
- X_3 : Persentase saham yang ditawarkan
- X_4 : *Earning per share*
- X_5 : Kondisi pasar

Berdasarkan persamaan di atas, dapat dijelaskan bahwa:

- a) Nilai konstanta menunjukkan nilai *Underpricing* Saham saat melakukan IPO di BEI apabila nilai Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham yang Ditawarkan, *Earning Per Share*, dan Kondisi Pasar sama dengan 0 adalah 1,855.
- b) Koefisien Umur Perusahaan = 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya umur perusahaan tidak mempengaruhi *Underpricing* Saham pada saat melakukan IPO di BEI.
- c) Koefisien Ukuran Perusahaan = -0,061. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan Ukuran Perusahaan sebesar 1 satuan akan menyebabkan

nilai *Underpricing* Saham turun sebesar 0,061 (variabel lain dianggap konstan).

- d) Koefisien Persentase Saham yang Ditawarkan = 0,004. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan Persentase Saham yang Ditawarkan sebesar 1 satuan akan menyebabkan nilai *Underpricing* Saham naik sebesar 0,004 (variabel lain dianggap konstan).
- e) Koefisien *Earning Per Share* = 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Earning Per Share* sebesar 1 satuan akan menyebabkan nilai *Underpricing* Saham naik sebesar 0,001 (variabel lain dianggap konstan).
- f) Koefisien Kondisi Pasar = -1,601. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kondisi Paar sebesar 1 satuan akan menyebabkan nilai *Underpricing* Saham turun sebesar 1,601 (variabel lain dianggap konstan).

Berikutnya nilai F hitung 3,080 lebih besar dari nilai F tabel 2,37 dan tingkat signifikan 0,015 menunjukkan bahwa secara bersama-sama Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham yang Ditawarkan, *Earning Per Share*, dan Kondisi Pasar berpengaruh signifikan terhadap *Underpricing* Saham. Koefisien determinasi yang ditunjukkan melalui R square sebesar 0,204 atau 20,4% mengandung arti bahwa variabel *Underpricing* Saham dapat dijelaskan oleh variabel Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham yang Ditawarkan, *Earning Per*

Share, dan Kondisi Pasar sebesar 20,4%, sedangkan sisanya sebesar 79,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kesimpulan yang dapat ditarik dalam uji hipotesis keenam ini yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham yang Ditawarkan, *Earning Per Share*, dan Kondisi Pasar secara bersama-sama terhadap *Underpricing* Saham pada saat melakukan IPO di BEI. Oleh karena itu hipotesis keenam yang mengatakan bahwa Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham yang Ditawarkan, *Earning Per Share*, dan Kondisi Pasar berpengaruh secara simultan terhadap tingkat *Underpricing* Saham pada saat melakukan *initial public offering* di Bursa Efek Indonesia **diterima**.

E. Pembahasan dan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Umur Perusahaan terhadap *Underpricing* Saham pada saat Melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indoneia (BEI)

Hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Koefisien korelasi umur perusahaan yaitu sebesar 0,068 yang menunjukkan bahwa hubungan antara umur perusahaan dan *underpricing* saham adalah lemah. Selain itu, nilai koefisien determinan sebesar 0,005 menunjukkan bahwa *underpricing* saham yang dijelaskan oleh umur perusahaan sebesar 0,5% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

Nilai koefisien regresi umur perusahaan (X1) sebesar -0,001 yang artinya setiap kenaikan umur perusahaan sebesar 1 satuan akan menurunkan *underpricing* saham sebesar 0,001 satuan. Jika umur perusahaan semakin besar, maka *underpricing* saham semakin kecil. Selain itu, t hitung lebih kecil dari t tabel ($0,546 < 1,997$). Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara umur perusahaan terhadap *underpricing* saham. Dengan begitu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* di Bursa Efek Indonesia.

Umur perusahaan menunjukkan lamanya suatu perusahaan beroperasi sejak didirikan berdasarkan akte pendirian sampai dengan perusahaan tersebut melakukan penawaran umum perdana di BEI. Perusahaan yang telah lama berdiri tidak menjamin perusahaan tersebut telah berkembang pesat dan memiliki banyak informasi yang tersedia untuk para investor, sehingga umur perusahaan tidak mempengaruhi *underpricing* saham.

Penelitian ini tidak mendukung penelitian Aji Candra Sukma (2013) yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang memperngaruhi *underpricing* saham pada pernawaran umum perdana di bursa efek Indonesia tahun 2009-2011”. Hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian Aji Candra menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *underpricing* saham.

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Underpricing* Saham pada saat Melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Koefisien korelasi ukuran perusahaan yaitu sebesar 0,297 yang menunjukkan bahwa hubungan antara ukuran perusahaan dan *underpricing* saham lemah. Selain itu, nilai koefisien determinan sebesar 0,088 menunjukkan bahwa *underpricing* saham yang dijelaskan oleh ukuran perusahaan adalah sebesar 8,8% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan (X2) sebesar -0,071 yang artinya setiap kenaikan ukuran perusahaan sebesar 1 satuan akan menurunkan *underpricing* saham sebesar 0,071 satuan. Selain itu, t hitung lebih besar dari t tabel ($2,485 > 1,997$). Hal ini mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham. Dengan begitu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif signifikan antara ukuran perusahaan terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* di Bursa Efek Indonesia. Semakin besar ukuran perusahaan maka tingkat *underpricing* saham akan semakin kecil.

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan dilihat dari nilai ukuran nominalnya, seperti jumlah kekayaan atau total aset, total nilai buku, jumlah tenaga kerja, dan lainnya. Perusahaan yang memiliki total aset yang besar akan dikenal oleh banyak investor, sehingga informasi terkait perusahaan tersebut cukup banyak beredar di masyarakat. Dengan banyaknya informasi yang ada di masyarakat, maka tingkat ketidakpastian di masa depan akan semakin kecil. Tingkat ketidakpastian perusahaan di masa depan yang kecil akan membuat tingkat *underpricing* saham juga semakin kecil.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aji Candra Sukma (2013) yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang memperngaruhi *underpricing* saham pada perawaran umum perdana di bursa efek Indonesia tahun 2009-2011”. Hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *underpricing* saham.

3. Pengaruh Persentase Saham yang Ditawarkan terhadap *Underpricing* Saham pada saat Melakukan *Initial Public Offering (IPO)* di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persentase saham yang ditawarkan terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering (IPO)* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Koefisien korelasi persentase saham yang ditawarkan yaitu sebesar 0,299 yang menunjukkan bahwa

hubungan antara persentase saham yang ditawarkan dan *underpricing* saham lemah. Selain itu, nilai koefisien determinan sebesar 0,089 menunjukkan bahwa *underpricing* saham yang dijelaskan oleh persentase saham yang ditawarkan adalah sebesar 8,9% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

Nilai koefisien regresi persentase saham yang ditawarkan (X3) sebesar 0,007 yang artinya setiap kenaikan persentase saham yang ditawarkan sebesar 1 satuan akan meningkatkan *underpricing* saham sebesar 0,007 satuan. Selain itu, t hitung lebih besar dari t tabel ($2,507 > 1,997$). Hal ini mengindikasikan bahwa persentase saham yang ditawarkan berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham. Dengan begitu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara persentase saham yang ditawarkan terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* di Bursa Efek Indonesia. Semakin besar persentase saham yang ditawarkan maka tingkat *underpricing* saham akan semakin besar.

Persentase saham yang ditawarkan merupakan porsi kepemilikan saham yang mungkin dikuasai oleh publik. Persentase penawaran kepada publik dimoderasi oleh nilai kapitalisasi pasar dan jumlah hutang perusahaan. Nilai kapitalisasi pasar menggambarkan jumlah dana yang diharapkan perusahaan dari kegiatan penawaran umum, semakin besar dana yang diharapkan maka semakin besar persentase penawaran kepada publik. Jumlah hutang menggambarkan kemungkinan perusahaan menggunakan

dana dari hasil penawaran umum untuk membayar hutangnya. Persentase penawaran yang besar akan memperlihatkan bahwa nilai kapitalisasi pasar dan jumlah hutang perusahaan yang besar. Hal ini membuat ketidakpastian perusahaan dimasa depan meningkat, sehingga akan mempengaruhi tingkat *underpricing* saham.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rista Maya (2013) yang berjudul “Pengaruh kondisi pasar, persentase saham yang ditawarkan, *financial leverage*, dan *profitabilitas* terhadap *underpricing* saham yang IPO di BEI periode 2007-2011”. Hasil analisis yang telah dilakukan oleh Rista Maya (2013) menunjukkan bahwa persentase saham yang ditawarkan berpengaruh signifikan positif terhadap *underpricing* saham yang melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI).

4. Pengaruh *Earning Per Share* terhadap *Underpricing* Saham pada saat Melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indoneia (BEI)

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis keempat yang bahwa *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh positif terhadap besarnya tingkat *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Koefisien korelasi *earning per share* yaitu sebesar 0,257 yang menunjukkan bahwa hubungan antara *earning per share* dan *underpricing* saham lemah. Selain itu, nilai koefisien determinan sebesar 0,066 menunjukkan bahwa *underpricing* saham yang dijelaskan oleh *earning per share* adalah sebesar 6,6% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

Nilai koefisien regresi *earning per share* (X4) sebesar 0,001 yang artinya setiap kenaikan *earning per share* sebesar 1 satuan akan meningkatkan *underpricing* saham sebesar 0,001 satuan. Selain itu, t hitung lebih besar dari t tabel ($2,131 > 1,997$). Hal ini mengindikasikan bahwa *earning per share* berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham. Dengan begitu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara *earning per share* terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* di Bursa Efek Indonesia. Semakin besar *earning per share* maka tingkat *underpricing* saham akan semakin besar.

Earning Per Share (EPS) menggambarkan jumlah rupiah yang diperoleh untuk setiap lembar sahamnya. Perusahaan yang memberikan *earning per share* terlalu banyak dirasa akan membuat perusahaan kesulitan untuk berkembang pesat karena semua dana hasil pendapatan perusahaan diberikan kepada pemegang saham, sehingga perusahaan tidak memiliki tambahan dana untuk berkembang. *Earnings per share* yang rendah juga akan membuat para investor tidak tertarik untuk membeli saham perusahaan tersebut, sehingga tingkat ketidakpastian perusahaan akan mengingkat. Perusahaan yang memiliki ketidakpastian dimasa depan akan mempengaruhi tingkat *underpricing* saham.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ridho Sucahyo (2009) yang berjudul “Pengaruh *financial leverage, return on assets, dan earning per share* terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *initial*

public offering di Bursa Efek Indonesia tahun 2003 – 2007". Hasil analisis yang telah dilakukan oleh Ridho Sucahyo (2009) menunjukkan bahwa *earning per share* berpengaruh positif terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di BEI

5. Pengaruh Kondisi Pasar terhadap *Underpricing* Saham pada saat

Melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indoneia (BEI)

Hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis kelima yang menyatakan bahwa kondisi pasar berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Koefisien korelasi kondisi pasar yaitu sebesar 0,056 yang menunjukkan bahwa hubungan antara kondisi pasar dan *underpricing* saham adalah lemah. Selain itu, nilai koefisien determinan sebesar 0,003 menunjukkan bahwa *underpricing* saham yang dijelaskan oleh kondisi pasar hanya sebesar 0,3% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

Nilai koefisien regresi kondisi pasar (X5) sebesar -1,241 yang artinya setiap kenaikan kondisi pasar sebesar 1 satuan akan menurunkan *underpricing* saham sebesar 1,241 satuan. Jika kondisi pasar semakin besar, maka *underpricing* saham semakin kecil. Selain itu, t hitung lebih kecil dari t tabel ($0,448 < 1,997$). Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara kondisi pasar terhadap *underpricing* saham. Dengan begitu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi

pasar tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* di Bursa Efek Indonesia.

Kondisi pasar menunjukkan keadaan pasar modal yang biasanya tercermin dalam perbedaan angka indeks harga saham. Harga saham akan bergerak secara acak dan bergantung pada informasi yang baru diterima, tetapi informasi tersebut tidak diketahui kapan akan diterima. Harga indeks saham yang selalu berubah dan sangat *unpredictable* tidak memberikan dampak yang begitu besar terhadap *underpricing* saham. Hal ini disebabkan karena indeks saham tidak mampu mewakili seluruh pergerakan saham semua perusahaan, sehingga kondisi pasar tidak mempengaruhi *underpricing* saham.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rista Maya (2013) yang berjudul “Pengaruh kondisi pasar, persentase saham yang ditawarkan, *financial leverage*, dan *profitabilitas* terhadap *underpricing* saham yang IPO di BEI periode 2007-2011”. Hasil analisis yang telah dilakukan oleh Rista Maya (2013) menunjukkan bahwa kondisi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham yang melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI).

6. Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham yang Ditawarkan, *Earning Per share*, dan Kondisi Pasar Secara Simultan terhadap *Underpricing* Saham pada saat Melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Pada penelitian ini hasil uji hipotesis keenam menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,015 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dan nilai F sebesar $3,080 > F$ tabel 2,37. Dilihat dari nilai F dan nilai signifikansinya bisa diketahui jika umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham. Hal tersebut dapat dilihat dari persamaan regresi berikut:

$$Y = 1,855 + 0,000 X_1 + (-0,061 X_2) + 0,004 X_3 + 0,001 X_4 + (-1,601 X_5)$$

Umur perusahaan secara bersama-sama menghasilkan koefisien 0,000 yang berarti variabel umur perusahaan tidak memberikan pengaruh yang begitu signifikan. Ukuran perusahaan secara bersama-sama menghasilkan nilai koefisien sebesar -0,061 yang berarti ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap *underpricing* saham. Persentase saham yang ditawarkan dan *earning per share* masing-masing menghasilkan koefisien positif sebesar 0,004 dan 0,001 yang berarti secara simultan berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham. Sedangkan kondisi pasar memiliki koefisien negatif sebesar -1,601.

Dilihat dari R *square* sebesar 0,204 dapat diartikan bahwa umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning*

per share, dan kondisi pasar secara simultan mempengaruhi *underpricing* saham sebear 20,4% sedangkan sisanya 79,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Hasil penelitian ini mengindikasi bahwa terdapat pengaruh signifikan antara umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar secara simultan terhadap *underpricing* saham pada saat IPO di BEI. Dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis keenam yang menyatakan bahwa umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar berpengaruh secara simultan terhadap tingkat *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) dapat **diterima**.

F. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- 1) Perusahaan yang dijadikan sampel penelitian hanya hanya berjumlah 66 perusahaan, dari total perusahaan yang melakukan IPO tahun 2012-2015 sebanyak 90 perusahaan.
- 2) Periode pengamatan yang dilakukan pada penelitian ini hanya empat tahun yaitu tahun 2012-2015.
- 3) Temuan dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa selain Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham yang Ditawarkan, *Earning Per Share*, dan Kondisi Pasar terdapat faktor-faktor lain yang

digunakan dalam studi mengenai *underpricing* saham pada Perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015. Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Persentase Saham yang Ditawarkan, *Earning Per Share*, dan Kondisi Pasar memberikan pengaruh sebesar 20,4% terhadap *underpricing* saham pada Perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015. Sebesar 79,6% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar terhadap *underpricing* saham. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka peneliti dapat menarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil uji t untuk variabel ini menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -0,001, t hitung $-0,546 < t$ tabel 1,997, serta nilai signifikansi 0,587 yang berarti lebih besar dari 0,05.
2. Ukuran perusahaan (*firm size*) berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). R *square* sebesar 0,088 (8,8%) menunjukkan bahwa *underpricing* saham pada saat IPO di BEI dapat dijelaskan oleh ukuran perusahaan sebesar 8,8%. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung $-2,485 > t$ tabel 1,997, taraf signifikansi $0,016 < 0,05$, dan koefisien regresi sebesar -0,071. Hal ini berarti apabila terjadi kenaikan pada ukuran perusahaan maka akan menyebabkan penurunan pada tingkat *underpricing* saham pada saat IPO di BEI.

3. Persentase saham ditawarkan berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). R_{square} sebesar 0,089 (8,9%) menunjukkan bahwa *underpricing* saham pada saat IPO di BEI dapat dijelaskan oleh persentase saham yang ditawarkan sebesar 8,9%. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung $2,507 > t$ tabel 1,997, taraf signifikansi $0,015 < 0,05$, dan koefisien regresi sebesar 0,007. Hal ini berarti apabila terjadi kenaikan pada persentase saham yang ditawarkan maka akan menyebabkan kenaikan pada tingkat *underpricing* saham pada saat IPO di BEI.
4. *Earning per share* berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). R_{square} sebesar 0,066 (6,6%) menunjukkan bahwa *underpricing* saham pada saat IPO di BEI dapat dijelaskan oleh *earning per share* sebesar 6,6%. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t hitung $2,131 > t$ tabel 1,997, taraf signifikansi $0,037 < 0,05$, dan koefisien regresi sebesar 0,001. Hal ini berarti apabila terjadi kenaikan pada *earning per share* maka akan menyebabkan kenaikan pada tingkat *underpricing* saham pada saat IPO di BEI.
5. Kondisi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham pada saat melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Uji t untuk variabel ini menayangkan nilai koefisien

regresi sebesar -1,241, t hitung $-0,448 < t$ tabel 1,997, serta nilai signifikansi 0,656 yang berarti lebih besar dari 0,05.

6. Umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* saham pada saat IPO di BEI. Hal ini dibuktikan dengan nilai f hitung $3,080 > F$ tabel 2,37, taraf signifikansi $0,015 < 0,05$. R *square* sebesar 0,204 (20,4%) menunjukkan bahwa *underpricing* saham pada saat *initial public offering* (IPO) di BEI dapat dijelaskan oleh umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar sebesar 20,4%. Sedangkan sisanya 79,6% dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan maka saran-saran yang dapat peneliti berikan berkaitan dengan pengaruh umur perusahaan, ukuran perusahaan, persentase saham yang ditawarkan, *earning per share*, dan kondisi pasar terhadap *underpricing* saham, yaitu:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan jumlah perusahaan yang dijadikan sampel penelitian.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk bisa mempertimbangkan dengan menambah variabel-variabel lain seperti *Debt to Equity Ratio*, *Return On Asset*, *Leverage*, Reputasi *Underwriter*, dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Nur-Adiana H. and Kamarun N. T. Mohd. (2004). "Factors Influencing The Underpricing of Initial Public Offering in An Emerging Market: Malaysian Evidence". *IIUM Journal of Economics and Management*. Vol 12 No. 2. Hlm. 1-23.
- Abdullah, Syukriy. (2000). "Fenomena Underpricing dalam Penawaran Saham Perdana (IPO) dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya". *Jurnal Manajemen & Bisni*. Vol. 3 No. 1.
- Aini, Shoviyah Nur. (2013). "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Underpricing Saham pada Perusahaan IPO di BEI Periode 2007-2011". *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol. 1 No. 1, Januari 2013. Hlm. 1-15.
- Aini, Syarifah. (2009). "Pengaruh Variabel Keuangan dan Non Keuangan Terhadap Underpricing pada Perusahaan yang Melakukan Initial Public Offering (IPO)". *Tesis*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Ang, Robert. (1997). *Buku Pintar: Pasar Modal Indonesia*. Media Soft Indonesia.
- Anoraga, Pandji dan Piji Pakarti. (2008). *Pengantar Pasar Modal*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ardiansyah, Misnen. 2004. Pengaruh Variabel Keuangan terhadap Return Awal dan Return 15 hari setelah IPO serta Moderasi Besaran Perusahaan terhadap Hubungan antara Variabel Keuangan dengan Return Awal dan Return 15 hari setelah IPO di BEJ. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol.7 No.2. hal. 125-153.
- Astuti, Asih Yuli dan Syahyunan. "Pengaruh Variabel Keuangan dan Non Keuangan Terhadap Underpricing pada Saham Perusahaan yang Melakukan Initial Public Offering di Bursa Efek Indonesia". Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara dan Staf Pengajar FE USU Departemen Manajemen.
- Beatty, Randolph P. (1989). "Auditor Reputation and the Pricing of Initial public Offering". *Journal of Financial economic*. Vol.15 .
- Darmadji, Tjipto dan Hendy M. Fakhruddin. (2001). *Pasar Modal Indonesia Pendekatan Tanya Jawab*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fitriani, Dini. (2002). "Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Underpricing setelah IPO (Studi Kasus IPO Perusahaan Listing di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2010)". *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam dan Mansur Al, M. (2002). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol.4. No.1.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Sri Retno. (2008). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Underpricing pada Penawaran Umum Perdana (Studi Kasus Pada Perusahaan Keuangan yang Go Publik di Bursa Efek Jakarta Tahun 2000-2006)". *Tesis*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Husnan, Suad. (2001). *Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Jogiyanto. (2000). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- _____. (2003). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- _____. (2010). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Ketujuh. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- _____. (2014). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kesembilan. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Junaeni, Irawati dan Rendi Agustian. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing Saham pada Perusahaan yang Melakukan *Initial Public Offering* Di BEI'. *Jurnal Ilmiah WIDYA* (Vol. 1 Nomor 1 Mei-Juni 20013). Hlm. 1-8.
- Kartini & Payamta. (2002). Analisis Perilaku Harga Saham dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya pada Penawaran Perdana di BEJ. *Perspektif*. Vol. 7 No. 2. Hlm. 93-103.
- Kiymaz, Halil. (2000). "The Initial and After Market; Evidence From Instambul Stock Exchange". *Journal of Multinational Finance Management*. Vol X. Hlm 213-227.
- Lee, Taylor and Walter. (1996). "Australia IPO Pricing in The Short and Long Run". *Journal of Banking and Finance*. Hlm. 1189-1210.

- Martani, D., Sinaga, L. I., and Syahroza, A. 2012. Analysis on Factors Affecting IPO Underpricing and their Effects on Earning Persistence. "World Review of Business Research", Vol. 2. No. 2. March 2012. Pp. 1 – 15.
- Maya, Rista. (2013). "Pengaruh Kondisi Pasar, Persentase Saham yang Ditawarkan, Financial Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Underpricing Saham Yang IPO Di BEI Periode 2007-2011". *Skripsi*. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Nasirwan. (2000). "Reputasi Penjamin Emisi, Return Awal, Return 15 Hari setelah IPO dan Kinerja Perusahaan 1 Tahun Setelah IPO di BEJ". *Symposium Nasional Akuntansi III*. Hlm. 573-591. Jakarta.
- Nurhidayati. (1998). "Analisis Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Tingkat Underpriced pada Penawaran Perdana di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 13 No. 1. Hlm. 21-30.
- Okezone. (2010). Pembelajaran dari IPO Krakatau Steel. Diambil dari http://okezone.com/read/2010/11/15/279_393267/pembelajaran-dari-ipo-karakatau-steel, pada tanggal 1 November 2016.
- Prastiwi, Arum dan Indra Wijaya Kusuma. (2001). "Analisis Kinerja Surat Berharga Setelah Penawaran Perdana (IPO) di Indonesia". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol.16 No.2
- Purbalingga, Ade. (2013). "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Underpricing pada Penawaran Umum Saham Perdana". *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Reilly, Frank K and Keith C. Brown. (2006). *Investment Analysis and Portfolio Management, Eight Edition*. USA: Thomson South-Western.
- Retnowati, Eka. (2013). "Penyebab Underpricing Pada Penawaran Saham Perdana Di Indonesia". *Accounting Analysis Journal*. AAJ 2 (2). Hlm. 1-9.
- Rosyati dan Arifin Sabeni. (2002). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Underpricing Saham pada Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta (Tahun 1997-2000)". *Symposium Nasional Akuntansi V*. IAI.
- Ritter. (1991). "The Long-Run Performance of Initial Public Offering". *Journal of Finance*. Vol. XL No. 1.
- Salis. (2001). "Analisis Underpricing Perusahaan Perbankan Pada penawaran Perdana di Bursa Efek Jakarta". *Tesis*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Samsul. (2006). *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Sandhiaji, Bram Nugroho. (2004). "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing pada Penawaran Perdana (IPO) Periode Tahun 1996-2002 (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Go Public di Bursa Efek Jakarta tahun 1996-2002)". *Tesis*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sitompul, Asri. (2000). *Penawaran Umum dan Permasalahannya*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Sucahyo, Ridho. (2009). "Pengaruh Financial Leverage, Return On Assets, Dan Earning Per Share Terhadap Underpricing Pada Perusahaan yang Melakukan Initial Public Offering di Bursa Efek Indonesia Tahun 2003-2007". *Skripsi*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Sujarweni, V. Wiratna dan Poly Endrayanto. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2009). *Menggunakan SPSS untuk Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, Aji Candra. (2013). "Analisis faktor-faktor yang memperngaruhi underpricing saham pada pernawaran umum perdana di bursa efek Indonesia tahun 2009-2011". *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sulaiman, Wahid. (2004). *Analisis Regresi Menggunakan SPSS Contoh Kasus dan Pemecahannya*. Yogyakarta: Amara Books.
- Sulistio, Helen. 2005. Pengaruh Informasi Akuntansi dan Non Akuntansi Terhadap Initial Return: Studi pada Perusahaan yang Melakukan Initial Public Offering di Bursa Efek Jakarta. *SNA VIII Solo*.
- Sunariyah, (2003). *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*. Edisi ketiga. Yogyakarta: OPP AMP YKPN.
- Sunyoto, Danang. (2007). *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat: Ringkasan dan Kasus*. Ytogyakarta: Amara Books.
- Suryabrata, Sumadi. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

- Suyatmin dan Sujadi. (2006) "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Underpricing Pada Penawaran Umum Perdana di BEJ". *Skripsi SI*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Triani, Apriliani dan Nikmah.(2006). "Reputasi Penjamin Emisi, Reputasi Auditor, Presentase Penjamin Emisi, Ukuran Perusahaan dan Fenomena Underpricing: Studi Empiris Pada BEJ". *Simposium Nasional Akuntansi 9*. Padang.
- Trisnawati, Rina. (1999). "Pengaruh Informasi Prospektus Pada Return Saham di Pasar Modal". *Makalah Seminar Universitas Brawijaya*. Malang.
- Umar, Husein. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Wahyusari, Ayu. (2013). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Underpricing Saham Saat IPO di BEI". *Accounting Analysis Journal (AAJ)* 2 (4) 2013). Hlm. 1-9.
- Yamin, Sofyan, dkk. (2011). *Regresi dan Korelasi Dalam Genggaman Anda: Aplikasi dengan Software SPSS, Eviews, MINITAB, dan STATGRAPHICS*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wardhani, Dwi Erlina. (2003). "Analisis Variabel-variabel yang Mempengaruhi Underpricing dalam Penawaran Saham Perdana (Tahun 1999-2001)". Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Widoatmodjo, Sawidji. 2004. *Jurus Jitu Go Public*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Witjaksono, Lydia Soeryadjaya. (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*. Vol 1, No. 1. Hlm. 1-5.
- Yolana, C., dan Dwi M. 2005. Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Fenomena Underpricing pada Penawaran Saham Perdana di BEJ Tahun 1994-2001, *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo. September: 538-553.
- Yong, O. 2009. Significance of Investor Demand, Firm Size, Offer Type and Offer Size on The Initial Premium, First Day Price Spread and Flipping Activity of Malaysian IPOs."Prosiding Perkem IV". Jilid 1. 2009. 395-412.
- Zirman dan Edfan Darlis. "Pengaruh Informasi Akuntansi Dan Non Akuntansi Terhadap Kecenderungan Underpricing: Studi Pada Perusahaan Yang

Melakukan Initial Public Offering (IPO) Di Bursa Efek Indonesia. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi UR.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Populasi Penelitian

Daftar Nama Perusahaan yang Melakukan *Initial Public Offering (IPO)* Tahun 2012-2015 di Bursa Efek Indonesia (BEI)

No.	Kode	Nama Emiten	Tanggal IPO
1	PADI	PT Minna Padi Investama Tbk	9-Jan-12
2	TELE	PT Tiphone Mobile Indonesia Tbk	12-Jan-12
3	ESSA	PT Surya Esa Indonesia Tbk	1-Feb-12
4	BEST	PT Bekasi Fajar Industrial Estate Tbk	10-Apr-12
5	RANC	PT Supra Boga Lestari Tbk	7-Jun-12
6	TRIS	PT Trisula Internasional Tbk	28-Jun-12
7	KOBX	PT Kobexindo Tractors Tbk	5-Jul-12
8	TOBA	PT Toba Bara Sejaktera Tbk	6-Jul-12
9	MSKY	PT MNC Sky Vision Tbk	9-Jul-12
10	ALTO	PT Tri Banyan Tirta Tbk	10-Jul-12
11	GLOB	PT Global Teleshop Tbk	10-Jul-12
12	GAMA	PT Gading Development Tbk	11-Jul-12
13	BJTM	PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk	12-Jul-12
14	IBST	PT Inti Bangun Sejahtera Tbk	31-Aug-12
15	NIRO	PT Nirvana Development Tbk	13-Sep-12
16	PALM	PT Provident Agro Tbk	8-Oct-12
17	NELY	PT Pelayaran Nelly Dwi Putri Tbk	11-Oct-12
18	TAXI	PT Express Trasindo Utama Tbk	2-Nov-12
19	BSSR	PT Baramulti Suksessarana Tbk	8-Nov-12
20	ASSA	PT Adi Sarana Armada Tbk	12-Nov-12
21	WIIM	PT Wismilak Int Makmur Tbk	18-Nov-12
22	WSKT	PT Wakita Karya (Persero) Tbk	19-Nov-12
23	BBRM	PT Pelayaran Nasional Bina Buana Raya Tbk	9-Jan-13
24	HOTL	PT Sarswati Griya Lestari Tbk	10-Jan-13
25	SAME	PT Sarana Mediatama Metropolitan Tbk	11-Jan-13
26	MAGP	PT Multi Agro Gemilang Plantation Tbk	16-Jan-13
27	TPMA	PT Trans Power Marine Tbk	20-Feb-13
28	ISSP	PT Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk	22-Feb-13
29	DYAN	PT Dyandra Media Internasional Tbk	25-Mar-13
30	ANJT	PT Austrindo Nusantara Jaya Tbk	8-May-13
31	NOBU	PT Bank Nationalnobu Tbk	20-May-13
32	MPMX	PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk	29-May-13
33	DSNG	PT Dharma Satya Nusantara Tbk	14-Jun-13

No.	Kode	Nama Emiten	Tanggal IPO
34	SRIL	PT Sri Rejeki Isman Tbk.	17-Jun-13
35	ACST	PT Acset Indonusa Tbk.	24-Jun-13
36	SRTG	PT Saratoga Investama Sedaya Tbk.	26-Jun-13
37	NRCA	PT Nusa Raya Cipta Tbk.	27-Jun-13
38	SMBR	PT Semen Baturaja Tbk.	28-Jun-13
39	ECII	PT Electronic City Indonesia Tbk.	3-Jul-13
40	BBMD	PT Bank Mestika Dharma Tbk.	8-Jul-13
41	MLPT	PT Multipolar Technology Tbk.	8-Jul-13
42	VICO	PT Victoria Investama Tbk.	8-Jul-13
43	CPGT	PT Cipaganti Citra Graha Tbk.	9-Jul-13
44	NAGA	PT Bank Mintraniaga Tbk.	9-Jul-13
45	BMAS	PT Bank Maspion Indonesia Tbk.	11-Jul-13
46	SILO	PT Siloam International Hospitals Tbk.	12-Sep-13
47	APII	PT Arita Prima Indonesia Tbk	30-Oct-13
48	KRAH	PT Grand kartech Tbk	8-Nov-13
49	IMJS	PT Indomobil Multi Jasa Tbk	10-Dec-13
50	LEAD	PT Logindo Samudera Makmur Tbk	11-Dec-13
51	SSMS	PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk	12-Dec-13
52	SIDO	PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	18-Dec-13
53	PNBS	PT Bank Panin Syariah Tbk	15-Jan-14
54	ASMI	PT Asuransi Mitra Maparya Tbk	16-Jan-14
55	BINA	PT Bank Ina Perdana Tbk	16-Jan-14
56	CANI	PT Capitol Nusantara Indonesia Tbk	16-Jan-14
57	BALI	PT Bali Towerindo Sentra Tbk	13-Mar-14
58	WTON	PT Wijaya karya Beton Tbk	8-Apr-14
59	BLTZ	PT Graha layar Prima Tbk	10-Apr-14
60	MDIA	PT Intermedia Capital Indonesia Tbk	11-Apr-14
61	LRNA	PT Eka Sari Lorena transport Tbk	15-Apr-14
62	DAJK	PT Dwi Aneka Jaya Kemasindo Tbk	14-Apr-14
63	LINK	PT Link Net Tbk	2-Jun-14
64	CINT	PT Chitose Internasional Tbk	27-Jun-14
65	MGNA	PT Magna Finance Tbk	7-Jul-14
66	BPII	PT Batavia prosperindo Internasional Tbk	8-Jul-14
67	MBAP	PT Mitrabara Adiperdana Tbk	10-Jul-14
68	TARA	PT Sitara propertindo Tbk	11-Jul-14
69	DNAR	PT Bank Dinar Indonesia Tbk	11-Jul-14
70	BIRD	PT Blue Bird Tbk	5-Nov-14

No.	Kode	Nama Emiten	Tanggal IPO
71	SOCI	PT Soechi Lines Tbk	3-Dec-14
72	IMPC	PT Impack Pratama Industri Tbk	17-Dec-14
73	AGRS	PT Bank Agris Tbk	22-Dec-14
74	IBFN	PT Intan Baruprana Finance Tbk	22-Dec-14
75	GOLL	PT Golden Plantation Tbk	23-Dec-14
76	BBYB	PT Bank Yudha Bhakti Tbk	13-Jan-15
77	MIKA	PT Mitra Keluarga Karyasehat Tbk	24-Mar-15
78	PPRO	PT PP Properti Tbk	19-May-15
79	DMAS	PT Puradelta Lestari Tbk	29-May-15
80	MMLP	PT Mega Manunggal Property Tbk	12-Jun-15
81	MDKA	PT Merdeka Copper Gold Tbk	19-Jun-15
82	BOLT	PT Garuda Metalindo Tbk	7-Jul-15
83	ATIC	PT Anabatic Technologies Tbk	8-Jul-15
84	BIKA	PT Binakarya Jaya Abadi Tbk	14-Jul-15
85	BBHI	PT Bank Harda Internasional Tbk	12-Aug-15
86	MKNT	PT Mitra Komunikasi Nusantara Tbk	26-Oct-15
87	DPUM	PT Dua Putra Utama Makmur Tbk	8-Dec-15
88	IDPR	PT Indonesia Pondasi Raya Tbk	10-Dec-15
89	AMIN	PT Ateliers Mecaniques D'Indonesie Tbk	10-Dec-15
90	KINO	PT Kino Indonesia Tbk	11-Dec-15

Sumber : IDX 2012-2015 (Data Diolah)

Lampiran 2. Daftar Sampel Penelitian

Daftar Nama Perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian

No.	Kode	Nama Emiten	Tanggal IPO
1	PADI	PT Minna Padi Investama Tbk	9-Jan-12
2	TELE	PT Tiphone Mobile Indonesia Tbk	12-Jan-12
3	BEST	PT Bekasi Fajar Industrial Estate Tbk	10-Apr-12
4	RANC	PT Supra Boga Lestari Tbk	7-Jun-12
5	TRIS	PT Trisula Internasional Tbk	28-Jun-12
6	MSKY	PT MNC Sky Vision Tbk	9-Jul-12
7	ALTO	PT Tri Banyan Tirta Tbk	10-Jul-12
8	GAMA	PT Gading Development Tbk	11-Jul-12
9	BJTM	PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk	12-Jul-12
10	IBST	PT Inti Bangun Sejahtera Tbk	31-Aug-12
11	NIRO	PT Nirvana Development Tbk	13-Sep-12
12	PALM	PT Provident Agro Tbk	8-Oct-12
13	NELY	PT Pelayaran Nelly Dwi Putri Tbk	11-Oct-12
14	TAXI	PT Express Trasindo Utama Tbk	2-Nov-12
15	ASSA	PT Adi Sarana Armada Tbk	12-Nov-12
16	WIIM	PT Wismilak Int Makmur Tbk	18-Nov-12
17	WSKT	PT Wakita Karya (Persero) Tbk	19-Nov-12
18	HOTL	PT Sarswati Griya Lestari Tbk	10-Jan-13
19	SAME	PT Sarana Mediatama Metropolitan Tbk	11-Jan-13
20	DYAN	PT Dyandra Media Internasional Tbk	25-Mar-13
21	NOBU	PT Bank Nationalnobu Tbk	20-May-13
22	DSNG	PT Dharma Satya Nusantara Tbk	14-Jun-13
23	SRIL	PT Sri Rejeki Isman Tbk.	17-Jun-13
24	ACST	PT Acset Indonusa Tbk.	24-Jun-13
25	NRCA	PT Nusa Raya Cipta Tbk.	27-Jun-13
26	SMBR	PT Semen Baturaja Tbk.	28-Jun-13
27	BBMD	PT Bank Mestika Dharma Tbk.	8-Jul-13
28	MLPT	PT Multipolar Technology Tbk.	8-Jul-13
29	VICO	PT Victoria Investama Tbk.	8-Jul-13
30	NAGA	PT Bank Mintraniaga Tbk.	9-Jul-13
31	BMAS	PT Bank Maspion Indonesia Tbk.	11-Jul-13
32	SILO	PT Siloam International Hospitals Tbk.	12-Sep-13
33	APII	PT Arita Prima Indonesia Tbk	30-Oct-13
34	KRAH	PT Grand kartech Tbk	8-Nov-13

No.	Kode	Nama Emiten	Tanggal IPO
35	IMJS	PT Indomobil Multi Jasa Tbk	10-Dec-13
36	SSMS	PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk	12-Dec-13
37	SIDO	PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	18-Dec-13
38	ASMI	PT Asuransi Mitra Maparya Tbk	16-Jan-14
39	BINA	PT Bank Ina Perdana Tbk	16-Jan-14
40	WTON	PT Wijaya karya Beton Tbk	8-Apr-14
41	BLTZ	PT Graha layar Prima Tbk	10-Apr-14
42	MDIA	PT Intermedia Capital Indonesia Tbk	11-Apr-14
43	DAJK	PT Dwi Aneka Jaya Kemasindo Tbk	14-Apr-14
44	LINK	PT Link Net Tbk	2-Jun-14
45	CINT	PT Chitose Internasional Tbk	27-Jun-14
46	MGNA	PT Magna Finance Tbk	7-Jul-14
47	BPII	PT Batavia prosperindo Internasional Tbk	8-Jul-14
48	TARA	PT Sitara propertindo Tbk	11-Jul-14
49	DNAR	PT Bank Dinar Indonesia Tbk	11-Jul-14
50	BIRD	PT Blue Bird Tbk	5-Nov-14
51	IMPC	PT Impack Pratama Industri Tbk	17-Dec-14
52	AGRS	PT Bank Agris Tbk	22-Dec-14
53	IBFN	PT Intan Baruprana Finance Tbk	22-Dec-14
54	GOLL	PT Golden Plantation Tbk	23-Dec-14
55	BBYB	PT Bank Yudha Bhakti Tbk	13-Jan-15
56	MIKA	PT Mitra Keluarga Karyasehat Tbk	24-Mar-15
57	DMAS	PT Puradelta Lestari Tbk	29-May-15
58	MMLP	PT Mega Manunggal Property Tbk	12-Jun-15
59	BOLT	PT Garuda Metalindo Tbk	7-Jul-15
60	ATIC	PT Anabatic Technologies Tbk	8-Jul-15
61	BIKA	PT Binakarya Jaya Abadi Tbk	14-Jul-15
62	BBHI	PT Bank Harda Internasional Tbk	12-Aug-15
63	MKNT	PT Mitra Komunikasi Nusantara Tbk	26-Oct-15
64	DPUM	PT Dua Putra Utama Makmur Tbk	8-Dec-15
65	IDPR	PT Indonesia Pondasi Raya Tbk	10-Dec-15
66	KINO	PT Kino Indonesia Tbk	11-Dec-15

Sumber : IDX 2012-2015 (Data Diolah)

Lampiran 3. Data Umur Perusahaan

Data Perhitungan Umur Perusahaan

No.	Kode Perusahaan	Tahun IPO	Tahun Berdiri	Umur
1	WSKT	2012	1973	39
2	WIIM	2012	1994	18
3	ASSA	2012	1999	13
4	TAXI	2012	1981	31
5	NELY	2012	1977	35
6	PALM	2012	2006	6
7	NIRO	2012	2003	9
8	IBST	2012	2006	6
9	BJTM	2012	1961	51
10	GAMA	2012	2003	9
11	ALTO	2012	1997	15
12	MSKY	2012	1988	24
13	TRIS	2012	2004	8
14	RANC	2012	1997	15
15	BEST	2012	1989	23
16	TELE	2012	2008	4
17	PADI	2012	1998	14
18	SIDO	2013	1975	38
19	SSMS	2013	1995	18
20	IMJS	2013	2004	9
21	KRAH	2013	1990	23
22	APII	2013	2000	13
23	SILO	2013	1996	17
24	BMAS	2013	1989	24
25	NAGA	2013	1989	24
26	MLPT	2013	2001	12
27	VICO	2013	1989	24
28	BBMD	2013	1955	58
29	SMBR	2013	1974	39
30	NRCA	2013	1975	38
31	ACST	2013	1995	18
32	SRIL	2013	1978	35
33	DSNG	2013	1980	33

34	NOBU	2013	1990	23
No.	Kode Perusahaan	Tahun IPO	Tahun Berdiri	Umur
35	DYAN	2013	2007	6
36	SAME	2013	1984	29
37	HOTL	2013	2006	7
38	GOLL	2014	2007	7
39	IBFN	2014	1991	23
40	AGRS	2014	1974	40
41	IMPC	2014	1981	33
42	BIRD	2014	2001	13
43	TARA	2014	2006	8
44	DNAR	2014	1990	24
45	BPII	2014	1998	16
46	MGNA	2014	1984	30
47	CINT	2014	1978	36
48	LINK	2014	1996	18
49	DAJK	2014	1997	17
50	MDIA	2014	2008	6
51	BLTZ	2014	2004	10
52	WTON	2014	1997	17
53	BINA	2014	1990	24
54	ASMI	2014	1956	58
55	KINO	2015	1999	16
56	IDPR	2015	1977	38
57	DPUM	2015	2012	3
58	MKNT	2015	2008	7
59	BBHI	2015	1992	23
60	BIKA	2015	2007	8
61	ATIC	2015	2001	14
62	BOLT	2015	1982	33
63	MMLP	2015	2010	5
64	DMAS	2015	1993	22
65	MIKA	2015	1995	20
66	BBYB	2015	1989	26

Lampiran 4. Data Ukuran Perusahaan

Data Perhitungan Ukuran Perusahaan

No.	Kode Perusahaan	Total Aset	Size
1	WSKT	5,116,001,714,508	29.2634
2	WIIM	741,062,811,864	27.3314
3	ASSA	1,421,780,986,309	27.9829
4	TAXI	999,156,515,000	27.6302
5	NELY	304,812,483,824	26.443
6	PALM	2,809,367,920,000	28.664
7	NIRO	2,102,358,283,886	28.3741
8	IBST	1,589,194,634,733	28.0942
9	BJTM	24,846,516,000,000	30.8437
10	GAMA	1,041,748,952,642	27.6719
11	ALTO	213,200,517,834	26.0855
12	MSKY	3,447,663,000,000	28.8687
13	TRIS	237,957,245,281	26.1954
14	RANC	404,072,915,226	26.7249
15	BEST	1,643,945,423,275	28.1281
16	TELE	1,189,437,000,000	27.8045
17	PADI	245,422,864,410	26.2262
18	SIDO	2,150,999,000,000	28.397
19	SSMS	2,113,611,112,000	28.3794
20	IMJS	5,676,905,833,325	29.3674
21	KRAH	228,798,526,560	26.1561
22	APII	178,579,706,535	25.9083
23	SILO	1,586,226,018,092	28.0924
24	BMAS	3,403,282,701,000	28.8558
25	NAGA	1,048,147,568,345	27.678
26	MLPT	1,004,245,994,000	27.6353
27	VICO	772,642,322,249	27.3731
28	BBMD	7,368,804,791,520	29.6283
29	SMBR	1,198,586,407,000	27.8122
30	NRCA	835,885,586,560	27.4518
31	ACST	754,771,051,363	27.3497
32	SRIL	4,278,512,545,593	29.0846
33	DSNG	5,141,003,000,000	29.2683
34	NOBU	1,217,521,000,000	27.8278

No.	Kode Perusahaan	Total Aset	Size
35	DYAN	1,418,453,269,358	27.9806
36	SAME	290,779,044,158	26.3958
37	HOTL	843,616,944,606	27.461
38	GOLL	1,107,872,962,643	27.7335
39	IBFN	2,355,281,344,635	28.4877
40	AGRS	2,509,281,000,000	28.551
41	IMPC	1,644,814,289,797	28.1286
42	BIRD	5,011,914,636,561	29.2428
43	TARA	969,040,858,039	27.5996
44	DNAR	854,800,557,630	27.4741
45	BPII	279,019,640,675	26.3545
46	MGNA	338,763,849,949	26.5486
47	CINT	262,915,458,679	26.2951
48	LINK	3,225,204,000,000	28.802
49	DAJK	1,128,467,093,000	27.7519
50	MDIA	984,900,277,000	27.6158
51	BLTZ	635,135,142,541	27.1771
52	WTON	2,917,400,751,267	28.7017
53	BINA	1,402,171,000,000	27.969
54	ASMI	388,082,503,331	26.6845
55	KINO	1,863,380,544,823	28.2534
56	IDPR	922,263,003,099	27.5501
57	DPUM	310,942,980,790	26.4629
58	MKNT	133,241,086,443	25.6154
59	BBHI	2,020,526,675,205	28.3344
60	BIKA	1,733,404,300,186	28.1811
61	ATIC	1,973,702,381,852	28.3109
62	BOLT	911,610,972,034	27.5385
63	MMLP	2,138,502,023,465	28.3911
64	DMAS	2,138,502,023,465	28.3911
65	MIKA	2,169,166,932,434	28.4054
66	BBYB	2,691,128,729,113	28.621

Lampiran 5. Data Persentase Saham yang Ditawarkan

Data Perhitungan Persentase Saham yang Ditawarkan

No.	Kode Perusahaan	Jumlah Saham Ditawarkan	Total Saham Beredar	PS
1	WSKT	2,386,069,000	9,632,236,000	24.77
2	WIIM	629,962,000	2,099,873,760	30.00
3	ASSA	1,360,000,000	3,397,500,000	40.03
4	TAXI	214,560,000	2,145,600,000	10.00
5	NELY	350,000,000	2,350,000,000	14.89
6	PALM	659,151,000	4,927,986,000	13.38
7	NIRO	2,754,999,500	18,000,000,000	15.31
8	IBST	154,247,000	1,028,313,400	15.00
9	BJTM	1,490,276,730	14,917,684,982	9.99
10	GAMA	4,000,000,000	10,005,000,000	39.98
11	ALTO	300,000,000	1,550,000,000	19.35
12	MSKY	706,288,600	7,062,886,000	10.00
13	TRIS	300,000,000	1,000,000,000	30.00
14	RANC	312,897,500	1,564,487,500	20.00
15	BEST	2,361,707,250	9,361,707,250	25.23
16	TELE	805,052,310	5,367,015,400	15.00
17	PADI	343,024,000	1,300,165,000	26.38
18	SIDO	2,850,000,000	15,000,000,000	19.00
19	SSMS	1,500,000,000	9,525,000,000	15.75
20	IMJS	450,000,000	4,325,000,000	10.40
21	KRAH	163,640,000	971,190,000	16.85
22	APII	275,000,000	1,075,000,000	25.58
23	SILO	162,000,000	1,156,100,000	14.01
24	BMAS	770,000,000	3,851,000,000	19.99
25	NAGA	283,888,500	1,629,000,000	17.43
26	MLPT	375,000,000	1,875,000,000	20.00
27	VICO	2,425,500,000	7,350,000,000	33.00
28	BBMD	430,000,000	4,090,090,000	10.51
29	SMBR	2,337,678,500	9,837,678,500	23.76
30	NRCA	306,087,000	2,480,000,000	12.34
31	ACST	155,000,000	500,000,000	31.00
32	SRIL	8,158,734,000	18,592,888,040	43.88
33	DSNG	275,000,000	2,119,700,000	12.97

No.	Kode Perusahaan	Jumlah Saham Ditawarkan	Total Saham Beredar	PS
34	NOBU	677,830,000	4,145,830,000	16.35
35	DYAN	1,211,226,500	4,210,572,779	28.77
36	SAME	182,600,000	1,180,000,000	15.47
37	HOTL	550,000,000	3,550,000,000	15.49
38	GOLL	300,000,000	3,665,000,000	8.19
39	IBFN	288,428,500	3,173,720,000	9.09
40	AGRS	627,272,700	4,235,518,900	14.81
41	IMPC	150,050,000	483,350,000	31.04
42	BIRD	376,500,000	2,502,100,000	15.05
43	TARA	4,000,000,000	10,010,000,000	39.96
44	DNAR	500,000,000	2,250,000,000	22.22
45	BPII	658,700	514,010,900	0.13
46	MGNA	590,500,000	1,000,000,000	59.05
47	CINT	300,000,000	1,000,000,000	30.00
48	LINK	995,804,000	3,042,649,384	32.73
49	DAJK	1,000,000,000	2,500,000,000	40.00
50	MDIA	392,155,000	3,921,553,840	10.00
51	BLTZ	74,410,400	337,657,532	22.04
52	WTON	2,071,756,900	8,338,308,649	24.85
53	BINA	805,970,000	2,100,000,000	38.38
54	ASMI	551,923,900	1,404,483,800	39.30
55	KINO	137,349,600	1,428,571,500	9.61
56	IDPR	303,000,000	2,003,000,000	15.13
57	DPUM	1,664,441,000	4,175,000,000	39.87
58	MKNT	200,001,000	1,000,000,000	20.00
59	BBHI	800,000,000	3,650,000,000	21.92
60	BIKA	150,000,000	592,280,000	25.33
61	ATIC	403,000,000	1,875,000,000	21.49
62	BOLT	468,750,000	2,343,750,000	20.00
63	MMLP	1,382,601,300	5,714,285,000	24.20
64	DMAS	4,819,811,100	48,198,111,100	10.00
65	MIKA	2,619,130,000	14,550,736,000	18.00
66	BBYB	225,403,644	2,515,160,000	8.96

Lampiran 6. Data Earning Per Share

Data Perhitungan Earning Per Share

No.	Kode Perusahaan	EAT	Total Saham Beredar	EPS
1	WSKT	171,989,194,121	9,632,236,000	17.86
2	WIIM	129,537,165,558	2,099,873,760	61.69
3	ASSA	9,864,660,224	3,397,500,000	2.90
4	TAXI	49,468,366,000	2,145,600,000	23.06
5	NELY	57,761,070,620	2,350,000,000	24.58
6	PALM	24,876,535,000	4,927,986,000	5.05
7	NIRO	468,202,871,000	18,000,000,000	26.01
8	IBST	81,940,592,732	1,028,313,400	79.68
9	BJTM	860,233,000,000	14,917,684,982	57.67
10	GAMA	402,420,852,000	10,005,000,000	40.22
11	ALTO	45,242,673,800	1,550,000,000	29.19
12	MSKY	17,637,762,754	7,062,886,000	2.50
13	TRIS	16,155,061,216	1,000,000,000	16.16
14	RANC	21,936,095,151	1,564,487,500	14.02
15	BEST	119,574,660,335	9,361,707,250	12.77
16	TELE	146,817,000,000	5,367,015,400	27.36
17	PADI	12,463,839,044	1,300,165,000	9.59
18	SIDO	387,538,000,000	15,000,000,000	25.84
19	SSMS	561,695,124,000	9,525,000,000	58.97
20	IMJS	116,710,249,037	4,325,000,000	26.99
21	KRAH	14,665,962,550	971,190,000	15.10
22	APII	19,622,396,797	1,075,000,000	18.25
23	SILO	51,959,602,529	1,156,100,000	44.94
24	BMAS	23,654,038,000	3,851,000,000	6.14
25	NAGA	44,742,634,000	1,629,000,000	27.47
26	MLPT	41,228,602,000	1,875,000,000	21.99
27	VICO	229,000,078,676	7,350,000,000	31.16
28	BBMD	270,865,973,558	4,090,090,000	66.22
29	SMBR	52,570,560,500	9,837,678,500	5.34
30	NRCA	91,862,980,549	2,480,000,000	37.04
31	ACST	7,233,545,817	500,000,000	14.47
32	SRIL	229,309,011,988	18,592,888,040	12.33
33	DSNG	15,010,900,000	2,119,700,000	7.08

No.	Kode Perusahaan	EAT	Total Saham Beredar	EPS
34	NOBU	27,960,000,000	4,145,830,000	6.74
35	DYAN	64,951,900,135	4,210,572,779	15.43
36	SAME	23,269,299,250	1,180,000,000	19.72
37	HOTL	17,125,821,349	3,550,000,000	4.82
38	GOLL	3,233,695,808	3,665,000,000	0.88
39	IBFN	2,689,416,720	3,173,720,000	0.85
40	AGRS	168,645,189,000	4,235,518,900	39.82
41	IMPC	40,663,041,474	483,350,000	84.13
42	BIRD	212,782,116,011	2,502,100,000	85.04
43	TARA	412,539,082,400	10,010,000,000	41.21
44	DNAR	75,785,107,610	2,250,000,000	33.68
45	BPII	30,623,447,604	514,010,900	59.58
46	MGNA	3,813,534,071	1,000,000,000	3.81
47	CINT	42,154,164,550	1,000,000,000	42.15
48	LINK	362,169,000,000	3,042,649,384	119.03
49	DAJK	68,043,305,000	2,500,000,000	27.22
50	MDIA	118,963,773,000	3,921,553,840	30.34
51	BLTZ	12,222,625,812	337,657,532	36.20
52	WTON	241,206,241,537	8,338,308,649	28.93
53	BINA	7,824,000,000	2,100,000,000	3.73
54	ASMI	9,255,775,070	1,404,483,800	6.59
55	KINO	4,160,451,499	1,428,571,500	2.91
56	IDPR	188,186,745,475	2,003,000,000	93.95
57	DPUM	35,955,810,881	4,175,000,000	8.61
58	MKNT	60,846,938,347	1,000,000,000	60.85
59	BBHI	12,448,871,156	3,650,000,000	3.41
60	BIKA	170,315,403,689	592,280,000	287.56
61	ATIC	39,134,063,153	1,875,000,000	20.87
62	BOLT	115,247,475,242	2,343,750,000	49.17
63	MMLP	286,688,998,066	5,714,285,000	50.17
64	DMAS	964,567,413,049	48,198,111,100	20.01
65	MIKA	536,206,999,581	14,550,736,000	36.85
66	BBYB	118,843,236,990	2,515,160,000	47.25

Lampiran 7. Data Kondisi Padar

Data Perhitungan Kondisi Pasar

No.	Kode Perusahaan	IHSG Open	IHSG Close
1	WSKT	4306.377	4275.8589
2	WIIM	4320.082	4301.436
3	ASSA	4329.1328	4318.5908
4	TAXI	4339.2178	4338.8921
5	NELY	4268.7612	4284.9668
6	PALM	4312.2051	4268.2349
7	NIRO	4173.5132	4170.6392
8	IBST	4005.043	4060.3311
9	BJTM	4013.1599	3984.1201
10	GAMA	4007.3889	4019.1331
11	ALTO	3987.26	4009.678
12	MSKY	4035.3291	3985.0449
13	TRIS	3946.146	3887.575
14	RANC	3876.7891	3840.5959
15	BEST	4130.1919	4139.54
16	TELE	3910	3909.4971
17	PADI	3868.7839	3889.072
18	SIDO	4191.311	4196.2822
19	SSMS	4238.9551	4212.2178
20	IMJS	4224.4531	4275.6782
21	KRAH	4460.6431	4476.7202
22	APII	4581.1011	4562.77
23	SILO	4331.292	4356.605
24	BMAS	4614.4819	4633.1079
25	NAGA	4462.8081	4403.7998
26	MLPT	4578.7178	4433.625
27	VICO	4578.7178	4433.625
28	BBMD	4578.7178	4433.625
29	SMBR	4722.4761	4818.895
30	NRCA	4644.0361	4675.749
31	ACST	4524.2402	4429.46
32	SRIL	4755.5708	4774.5039
33	DSNG	4647.7402	4760.7441
34	NOBU	5164.939	5214.9761

No.	Kode Perusahaan	IHSG Open	IHSG Close
35	DYAN	4754.7588	4777.9009
36	SAME	4325.2378	4305.9121
37	HOTL	4368.7549	4317.3652
38	GOLL	5139.7881	5139.0679
39	IBFN	5161.019	5125.772
40	AGRS	5161.019	5125.772
41	IMPC	5030.8149	5035.6489
42	BIRD	5078.521	5070.9399
43	TARA	5073.144	5032.5991
44	DNAR	5073.144	5032.5991
45	BPII	5008.4629	5024.7119
46	MGNA	4921.7861	4989.0308
47	CINT	4864.1831	4845.1338
48	LINK	4900.9731	4912.0908
49	DAJK	4938.2622	4991.6362
50	MDIA	4734.3052	4816.5762
51	BLTZ	4829.313	4765.729
52	WTON	4922.6001	4921.4038
53	BINA	4455.5449	4412.4888
54	ASMI	4455.5449	4412.4888
55	KINO	4471.3569	4393.522
56	IDPR	4441.5659	4466.21
57	DPUM	4495.2632	4464.1821
58	MKNT	4683.1118	4691.7109
59	BBHI	4572.0479	4479.4912
60	BIKA	4907.8662	4901.8071
61	ATIC	4912.6372	4871.5708
62	BOLT	4918.2832	4906.0498
63	MMLP	4933.8789	4935.8169
64	DMAS	5230.3149	5216.3789
65	MIKA	5440.5879	5447.6479
66	BBYB	5199.9351	5214.3589

Lampiran 8. Data *Underpricing* Saham

Data Perhitungan *Underpricing* Saham

No.	Kode Perusahaan	Harga IPO	Harga Tutup	<i>Underpricing</i>
1	WSKT	380	445	17.11%
2	WIIM	650	800	23.08%
3	ASSA	390	490	25.64%
4	TAXI	560	590	5.36%
5	NELY	168	205	22.02%
6	PALM	450	470	4.44%
7	NIRO	105	178	69.52%
8	IBST	1000	1500	50.00%
9	BJTM	430	440	2.33%
10	GAMA	105	178	69.52%
11	ALTO	210	315	50.00%
12	MSKY	1520	1540	1.32%
13	TRIS	300	320	6.67%
14	RANC	500	670	34.00%
15	BEST	170	285	67.65%
16	TELE	310	325	4.84%
17	PADI	395	550	39.24%
18	SIDO	580	700	20.69%
19	SSMS	670	720	7.46%
20	IMJS	500	540	8.00%
21	KRAH	275	410	49.09%
22	APII	220	330	50.00%
23	SILO	9000	9650	7.22%
24	BMAS	320	325	1.56%
25	NAGA	180	305	69.44%
26	MLPT	480	720	50.00%
27	VICO	125	210	68.00%
28	BBMD	1380	1560	13.04%
29	SMBR	560	570	1.79%
30	NRCA	850	1270	49.41%
31	ACST	2500	2825	13.00%
32	SRIL	240	250	4.17%
33	DSNG	1850	1870	1.08%
34	NOBU	375	430	14.67%

No.	Kode Perusahaan	Harga IPO	Harga Tutup	<i>Underpricing</i>
35	DYAN	350	385	10.00%
36	SAME	400	455	13.75%
37	HOTL	185	200	8.11%
38	GOLL	288	289	0.35%
39	IBFN	288	290	0.69%
40	AGRS	110	187	70.00%
41	IMPC	3800	5700	50.00%
42	BIRD	6500	7450	14.62%
43	TARA	106	180	69.81%
44	DNAR	110	187	70.00%
45	BPII	500	550	10.00%
46	MGNA	105	155	47.62%
47	CINT	330	363	10.00%
48	LINK	1600	2400	50.00%
49	DAJK	470	520	10.64%
50	MDIA	1380	1510	9.42%
51	BLTZ	3000	3400	13.33%
52	WTON	590	760	28.81%
53	BINA	240	270	12.50%
54	ASMI	270	405	50.00%
55	KINO	3800	3850	1.32%
56	IDPR	1280	1475	15.23%
57	DPUM	550	825	50.00%
58	MKNT	200	340	70.00%
59	BBHI	125	129	3.20%
60	BIKA	1000	1500	50.00%
61	ATIC	700	725	3.57%
62	BOLT	550	825	50.00%
63	MMLP	585	875	49.57%
64	DMAS	210	219	4.29%
65	MIKA	17000	21200	24.71%
66	BBYB	115	195	69.57%

Lampiran 9. Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Underpricing	66	.0035	.7000	.282192	.2452833
Age	66	3	58	21.26	12.949
Size	66	25.62	30.84	27.8120	1.01963
PS	66	.13	59.05	21.7153	10.95251
EPS	66	-36.20	384.13	36.8164	60.10061
Market	66	-.0317	.0243	-.002441	.0110447
Valid N (listwise)	66				

Lampiran 10. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.21880462
	Absolute	.140
Most Extreme Differences	Positive	.140
	Negative	-.099
Kolmogorov-Smirnov Z		1.137
Asymp. Sig. (2-tailed)		.151

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2) Uji Multikolinearitas

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.799	5	.160	3.080	.015 ^b
	Residual	3.112	60	.052		
	Total	3.911	65			

a. Dependent Variable: Underpricing

b. Predictors: (Constant), Market, PS, Age, EPS, Size

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.855	.827	2.244	.029		
	Age	.000	.002	-.024	-.203	.840	.940
	Size	-.061	.029	-.254	-2.075	.042	.883
	PS	.004	.003	.200	1.659	.102	.914
	EPS	.001	.000	.246	2.104	.040	.968
	Market	-1.601	2.567	-.072	-.624	.535	.992

a. Dependent Variable: Underpricing

3) Uji Heteroskedastisitas

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	.048	5	.010	.582
	Residual	1.000	60	.017	
	Total	1.048	65		

a. Dependent Variable: RES2

b. Predictors: (Constant), Market, PS, Age, EPS, Size

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.576	.469	1.230	.223		
	Age	-.001	.001	-.070	.593	.940	1.063
	Size	-.013	.017	-.106	-.792	.431	.883
	PS	-.001	.002	-.058	-.443	.659	.914
	EPS	.000	.000	-.077	-.605	.548	.968
	Market	-1.571	1.455	-.137	-1.080	.285	.992

a. Dependent Variable: RES2

4) Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.215 ^a	.046	-.033	.12909	2.163

a. Predictors: (Constant), Market, PS, Age, EPS, Size

b. Dependent Variable: RES2

Lampiran 11. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

1) Variabel Umur Perussahaan (X_1)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.068 ^a	.005	-.011	.2466190

a. Predictors: (Constant), Age

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	.310	.059	5.276	.000
	Age	-.001	.002	-.546	.587

a. Dependent Variable: Underpricing

2) Variabel Ukuran Perusahaan (X_2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.297 ^a	.088	.074	.2360658

a. Predictors: (Constant), Size

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	2.267	.799	2.836	.006
	Size	-.071	.029	-.2485	.016

a. Dependent Variable: Underpricing

3) Variabel Persentase Saham yang Ditawarkan (X_3)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.299 ^a	.089	.075	.2358841

a. Predictors: (Constant), PS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.137	.065		2.109	.039
PS	.007	.003	.299	2.507	.015

a. Dependent Variable: Underpricing

4) Variabel *Earning Per Share* (X_4)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.257 ^a	.066	.052	.2388622

a. Predictors: (Constant), EPS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.244	.035		7.048	.000
EPS	.001	.000	.257	2.131	.037

a. Dependent Variable: Underpricing

5) Variabel Kondisi Pasar (X_5)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.056 ^a	.003	-.012	.2468061

a. Predictors: (Constant), Market

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.279	.031	8.969	.000
	Market	-1.241	2.772	-.056	.656

a. Dependent Variable: Underpricing

Lampiran 12. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.452 ^a	.204	.138	.2277391

a. Predictors: (Constant), Market, PS, Age, EPS, Size

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.799	5	.160	3.080	.015 ^b
	Residual	3.112	60	.052		
	Total	3.911	65			

a. Dependent Variable: Underpricing

b. Predictors: (Constant), Market, PS, Age, EPS, Size

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	1.855	.827	2.244	.029
	Age	.000	.002	-.203	.840
	Size	-.061	.029	-.254	-2.075
	PS	.004	.003	.200	.102
	EPS	.001	.000	.246	.040
	Market	-1.601	2.567	-.072	.535

a. Dependent Variable: Underpricing