

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori

2.1.1 Teori Asimetri Information

Teori asimetri adalah pihak pihak yang berkaitan dengan perusahaan yang tidak mempunyai informasi yang sama mengenai prospek dan resiko perusahaan. Informasi asimetri dimana salah satu pihak lebih banyak mengetahui informasi dari pada pihak lain sehingga salah satu pihak akan mendapatkan manfaat dari pihak lain. ,manajer biasa memiliki informasi yang lebih baik dibandingkan dengan pihak luar (seperti investor) . jadi bisa saja terjadinya informasi asimteri ini antara manajer dengan investor karena manajer lebih mempunyai pengetahuan atau informasi yang lebih lengkap mengenai kondisi perusahaan dibandingkan dengan pihak luar. Saat harga saham menunjukkan nila saham yang tinggi atau disebut Overvalue, manajer akan cenderung mengeluarkan saham dengan harga tertinggi. Orang luar tentu saja tidak ingin ditipu. Akibatnya, harga akan turun ketika penerbitan saham tambahan diumumkan karena pasar percaya bahwa harga saham tersebut berlebihan. Fenomena penurunan harga saham pada saat pengumuman penerbitan saham tambahan dapat digunakan untuk mendukung argumentasi ini. Sebagai Akuntansi perusahaan, manajer lebih tahu daripada pemegang saham tentang data internal dan prospek masa depan perusahaan. Akibatnya, Akuntansi memiliki tanggung jawab untuk menginformasikan pemilik tentang keadaan bisnis. Sinyal ini dapat dikirim melalui penyajian data akuntansi dalam dokumen seperti laporan keuangan. Berbagai pemangku

kepentingan, termasuk Akuntansi perusahaan itu sendiri, memanfaatkan laporan keuangan. Fakta bahwa pihak eksternal mengklaim bahwa laporan keuangan penting bagi mereka adalah yang paling penting. Ada dua tipe Informasi Assimetri adalah :

1) Adverse Selection

Adverse Selection adalah informasi di mana satu atau lebih pihak melakukan, berencana untuk melakukan, atau memiliki pengetahuan lebih satu sama lain daripada yang diperlukan untuk melakukan transaksi komersial. Kerugian muncul ketika individu tertentu, seperti manajer perusahaan dan orang dalam lainnya, memiliki pengetahuan yang lebih baik daripada investor luar tentang keadaan saat ini dan potensi masa depan perusahaan.

2) Moral Hazard

Moral Hazard adalah satu pihak atau lebih yang terlibat dalam suatu transaksi bisnis atau transaksi bisnis prospektif dapat mengawasi kegiatan pihak lainnya sedangkan pihak lainnya tidak dapat; ini adalah contoh asimetri informasi. Sumber umum moral hazard di perusahaan adalah pembagian antara mereka yang memiliki bisnis dan mereka yang menjalankannya.

2.1.2 Signaling Hypothesis

Teori Signaling merupakan langkah yang dibuat oleh pemimpin perusahaan yang memberi tahu pemegang saham sesuatu tentang bagaimana mereka melihat masa depan. Sejalan dengan pernyataan ini, organisasi dengan masa depan yang menjanjikan akan berusaha untuk tidak meningkatkan modal dengan menjual saham demi strategi lain, seperti mengambil lebih banyak hutang

daripada yang diperlukan untuk mencapai struktur modal yang optimal. Di sisi lain, pemegang saham di perusahaan dengan masa depan yang suram lebih cenderung membongkar saham mereka. Dengan kata lain, jika suatu perusahaan menawarkan penjualan saham baru dengan frekuensi yang lebih tinggi dari biasanya, maka harga saham perusahaan tersebut akan turun karena pengumuman penerbitan saham merupakan tanda atau sinyal yang menunjukkan bahwa Akuntansi perusahaan memandang prospek perusahaan sebagai suram. Itu karena mengirimkan sinyal negatif dengan menerbitkan lebih banyak saham mungkin akan berdampak negatif pada harga saham (Przepiorka & Berger, 2017). Dengan kata lain, harga saham yang tinggi atau kenaikan harga saham merupakan indikator perusahaan yang bernilai tinggi. Oleh karena itu, nilai perusahaan dapat menguntungkan pemegang saham dan menaikkan harga saham (Nguyen, Fergusson, Ozarska, & Vinden, 2018). Ada korelasi antara teori sinyal dan nilai perusahaan; jika perusahaan gagal mengirimkan pesan yang jelas tentang nilainya, pasar dapat memberikan nilai yang salah padanya. Pihak eksternal termasuk investor, kreditur, penjamin emisi, dan informasi lainnya konsumen memiliki pengetahuan yang lebih sedikit tentang aktivitas perusahaan dan prospek masa depan daripada perusahaan atau Akuntansi perusahaan. Oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan tersebut dan mengurangi asimetri informasi yang berkembang, maka yang dapat dilakukan adalah memberikan sinyal kepada pihak luar, yang dilakukan melalui laporan keuangan perusahaan, dimana terdapat informasi keuangan perusahaan yang kredibel atau terpercaya yang akan memberikan kepastian mengenai prospek keberlanjutan bisnis yang akan datang.

Diasumsikan di bawah model pensinyalan bahwa auditor yang kompeten akan memberikan data berharga kepada investor. Perusahaan dengan kualitas rendah merasa sulit untuk meniru perusahaan dengan kualitas tinggi yang harganya di bawah harga, karena arus kas yang terakhir di kemudian hari akan mengkhianati sifat perusahaan (baik atau buruk). Sejah perusahaan dengan kualitas yang sangat baik akan mengirimkan sinyal daripada pasar, sinyal tersebut akan lebih unggul daripada yang dapat ditiru oleh perusahaan yang nilai perusahaannya lebih rendah karena elemen biaya. signifikan dalam proses pengambilan keputusan calon investor.

2.2 Teori Variabel X dan Y

2.2.1 *Financial Leverage (X1)*

Leverage dalam keuangan muncul ketika bisnis menggunakan metode pembiayaan yang menghasilkan biaya konstan. Jika sebuah bisnis mengambil pinjaman, itu akan memiliki pembayaran bunga yang harus dilakukan setiap bulan. Ketika tingkat leverage keuangan perusahaan yang tinggi merupakan indikator risiko dan menghalangi investor untuk mengambil posisi, masa depan perusahaan menjadi lebih gelap. Karena financial leverage mengungkapkan risiko perusahaan secara inheren, mempengaruhi ketidakpastian harga saham, penelitian ini memasukkannya sebagai variabel keuangan. Pengembalian awal perusahaan dipengaruhi secara negatif oleh jumlah leverage karena lebih banyak leverage memerlukan risiko yang lebih besar, yang pada gilirannya meningkatkan faktor ketidakpastian. Penawaran umum perdana (IPO) underpricing terjadi ketika investor melihat keuntungan (Initial Public Offering). Tingkat hutang dalam

struktur modal perusahaan dan kapasitasnya untuk membayar kembali hutang tersebut diukur dengan leverage keuangan. Rasio utang-ekuitas (DER) mengkuantifikasi konsep ini sebagai proporsi pembayaran utang relatif terhadap ekuitas. Alasan utama rasio ini dipilih adalah karena dapat berfungsi sebagai proksi untuk kelayakan finansial dan risiko bisnis (Kasmir, 2014).

$$\text{Rasio Hutang} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.2.2 Return On Asset (X2)

ROA merupakan rasio pendapatan bisnis terhadap pemanfaatan asetnya merupakan salah satu indikator profitabilitasnya. Untuk menghitung pengembalian perusahaan atas asetnya, bagi keuntungannya (setelah bunga dan pajak) dengan seluruh nilai asetnya. Jika ROA perusahaan positif, itu berarti menguntungkan relatif terhadap nilai total asetnya. Sebaliknya, pengembalian negatif atas aset menunjukkan bahwa bisnis kehilangan uang saat menggunakan semua sumber daya yang tersedia. Oleh karena itu, ROA yang tinggi mengindikasikan bahwa korporasi memiliki kepentingan finansial yang signifikan dalam memperluas operasinya. Namun, kerugian akan terjadi jika seluruh aset bisnis tidak menguntungkan. Pengembalian aset (ROA) adalah statistik keuangan yang dapat digunakan pemegang saham sebagai proksi untuk keseluruhan profitabilitas perusahaan. Sebelum membeli saham, investor sangat meragukan profitabilitas perusahaan. Karena dividen yang dibayarkan oleh perusahaan berbanding lurus dengan profitabilitasnya. Prastica (2012) menyatakan bahwa ROA berpengaruh terhadap tingkat *underpricing*. Nilai ROA dapat diukur dengan rumus,

$$\text{Return On Asset} \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

2.2.3 Ukuran Perusahaan (X3)

Tingkat ketidakpastian pasar saham dapat didekati dengan ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan ditentukan oleh total aset yang dilaporkan dalam catatan keuangannya untuk tahun sebelum Penawaran Umum Perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia. Nilai bisnis dapat diperkirakan dengan melihat asetnya. Sebagian besar perusahaan bernilai tinggi juga berukuran sangat besar. Secara teori, seharusnya lebih mudah bagi pakar keuangan untuk belajar tentang masa depan perusahaan besar daripada perusahaan kecil karena publik lebih akrab dengan yang pertama. Ukuran nominal ukuran perusahaan meliputi total aset, jumlah penjualan dalam periode waktu tertentu, jumlah pekerja, dan total nilai buku tetap. Ukuran korporasi ditentukan dalam analisis ini dengan melihat jumlah seluruh asetnya. Perusahaan dengan skala ekonomi besar seringkali bertahan cukup lama. Bisnis yang sudah mapan akan memiliki banyak data tentang harga saham yang dapat dimonetisasi di masa mendatang. Saat memutuskan di mana akan menaruh uang mereka, sebagian besar investor mencari bisnis yang dapat memanfaatkan skala ekonomi.

Dalam Mulyani (2017) jumlah aset kekayaan perusahaan merupakan indikator ukurannya; investor di perusahaan besar sering percaya bahwa modal mereka aman dari kerugian, yang pada gilirannya membantu mencegah underpricing. Hasil penelitian (Kartika, 2017) membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap . Penentuan ukuran perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan Logaritma Natural

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln \times \text{Total Asset}$$

2.2.4 Umur Perusahaan (X4)

Menurut Saputra dan Suaryana (2016) lamanya waktu suatu perusahaan telah memperdagangkan sahamnya mungkin memberikan wawasan tentang seberapa siap perusahaan tersebut untuk bersaing dalam industrinya. Sejarah operasi yang lebih panjang meningkatkan kemungkinan perusahaan mengungkapkan informasi yang lebih rinci tentang dirinya daripada perusahaan yang lebih baru. Karena publik belajar lebih banyak tentang perusahaan seiring bertambahnya usia, asimetri pengetahuan antara emiten dan investor yang mengarah pada underpricing dapat dipahami.

Lamanya waktu bisnis telah beroperasi merupakan indikasi dari umur panjang bisnis tersebut. Menurut Jogiyanto (2013), dibandingkan dengan bisnis yang lebih berpengalaman, perusahaan baru tidak akan memiliki data keuangan bertahun-tahun atau telah dievaluasi oleh para ahli. Akibatnya, ini menimbulkan ancaman yang lebih tinggi bagi startup. Akibatnya, investor perlu mengetahui sudah berapa lama sebuah perusahaan berdiri untuk menentukan apakah perusahaan tersebut akan mampu mengatasi badai persaingan yang ketat atau tidak. Akan lebih mudah bagi investor untuk melacak catatan atau data yang mereka perlukan untuk mempelajari lebih lanjut tentang perusahaan. Tingkat persaingan yang tinggi dapat menghasilkan kapasitas finansial dan korporasi lainnya yang berkelanjutan. Semakin lama sebuah bisnis berdiri, semakin mampu untuk membagi ilmunya kepada publik. Faktanya, bisnis yang sudah lama berdiri memiliki jumlah publikasi yang lebih banyak daripada rekan mereka yang

lebih muda. Sebagai hasil dari ketersediaan data yang lebih besar, investor akan lebih cenderung tertarik. Semakin sedikit ketidakpastian yang ada di pasar, semakin kecil kemungkinan terjadinya underpricing, dan investor dapat menggunakan ini untuk keuntungan mereka. Umur perusahaan ditentukan dengan menjumlahkan jumlah tahun yang berlalu antara tanggal akta pertama perusahaan dan tanggal penawaran umum pertama perusahaan.

2.2.5 Underpricing (Y)

Underpricing adalah apa yang terjadi ketika harga pasar sekunder saham lebih tinggi dari harga pasar primernya, atau selisih antara keduanya. (Wahyusari, 2013). Selisih ini merupakan tingkat pengembalian investasi kepada investor pada awalnya. Keuntungan yang direalisasikan oleh investor sebagai hasil dari pembelian pasar utama saham dan harga jual kembali akhirnya dikenal sebagai pengembalian awal (IPO). Di sisi lain, overpricing terjadi ketika harga pasar primer suatu saham lebih besar dari harga pasar sekunder dari saham yang sama. Sementara underpricing lazim, overcharging lebih jarang terjadi. Ada sejumlah pilihan yang tersedia bagi perusahaan ketika membutuhkan uang ekstra untuk pertumbuhan. Cara yang paling umum adalah dengan mengadakan IPO, atau penawaran umum perdana (Initial Public Offering). Penawaran umum perdana, atau IPO, mengacu pada proses penjualan saham kepada investor untuk pertama kalinya di bursa saham. IPO akan memungkinkan perusahaan untuk tumbuh, yang seharusnya bagus untuk bisnis dalam jangka panjang. Akibatnya, harga saham yang dijual akan meningkat sebagai akibat langsung dari peningkatan prospek perusahaan (Riyanti, 2018).

Jumlah uang yang diperoleh perusahaan dalam penawaran umum perdana sangat bergantung pada harga saham pada saat IPO. Jumlah total uang yang dikumpulkan oleh perusahaan sama dengan produk dari harga per saham dikalikan dengan jumlah saham yang diterbitkan. Besarnya jumlah yang akan diperoleh korporasi berbanding lurus dengan harga yang diminta. Hal ini berbeda dengan motivasi investor mencari harga murah di pasar sekunder saat membeli saham perusahaan yang menerbitkan IPO. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, emiten lebih tertarik pada harga yang tinggi, sedangkan investor lebih mementingkan meminimalisir kerugian. Karena itu, menilai saham perusahaan adalah bisnis yang rumit. Merupakan kepentingan terbaik perusahaan untuk menetapkan harga yang wajar untuk sahamnya, sehingga mereka tidak akan meremehkan penawaran mereka. Sayangnya, banyak bisnis meremehkan saham mereka selama penawaran umum perdana (IPO) karena mereka salah menghitung nilai perusahaan mereka. Kelupaan dalam menghitung saat menetapkan harga saham untuk IPO dapat menyebabkan underpricing. Besarnya harga saham didasarkan pada beberapa hal. Sejauh mana perusahaan yang listing di BEI diberi harga terlalu rendah bergantung pada variabel ini. Mayoritas IPO Indonesia underprice, menurut penelitian (Sasongko, 2018). Underpricing adalah hasil dari asimetri informasi di pasar keuangan. Perbedaan pengetahuan ini mungkin timbul antara investor dan emiten atau penjamin emisi.

Ketika harga saham rata-rata perusahaan publik baru (sering kali harga penawaran asli) lebih rendah dari harga saham di pasar sekunder, ini dikenal sebagai underpricing. Jika Anda adalah penerbitnya, Anda akan kehilangan uang

pada tingkat tersebut karena perusahaan Anda tidak akan dapat mengumpulkan uang sebanyak itu. Hal ini karena peran penjamin emisi mengurangi jumlah risiko yang harus diambil oleh pemegang polis. Akibatnya, nilai perusahaan didiskontokan di bawah tingkat sebenarnya. Level lengkap dengan harga cukup terlihat pada akhir hari pertama perdagangan, dll, jika tidak ada seorang pun tentang berapa banyak harga yang diizinkan bergerak dari hari ke hari dalam membangun pasar modal yang sehat. Harga penutupan hari pertama sering digunakan dalam penelitian. Periksa perkiraan bola rendah asli terhadap angka yang diperbarui. Biasanya tidak masalah ketika Anda menggunakan harga, bahkan jika Anda menggunakannya menjelang akhir minggu pertama perdagangan.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulia

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Sri Winarsi h, 2018	Beberapa factor yang mempengaruhi Underpricing Saham pada perusahaan yang melakukan Initial Public Offering	Dependen (Y) Underpricing Independen(X) Financial Leverage (X1) Profitability(X2) Underwriter Reputation(X3) Company Age(X4) Company Size(X5)	Dapat memberikan tambahan bukti empiris dan dapat menjadi masukan bagi yang berhubungan dengan pasar modal di antaranya sebagai pedoman bagi investor dan perusahaan hendak melakukan IPO.
2	Renni Khairani , 2017	Pengaruh Current Ratio, Return On Asset Dan Debt To Equity	Dependen(Y) Underpricing Independen(X) Current Ratio (X1) Return On asset(X2) Debt To Equity	Berdasarkan Uji T bahwa CR berpengaruh negative dan namun berpengaruh signifikan karena $-t$ hitung $< -t$ table dan signifikan $< 0,05$, untuk variabel ROA berpengaruh negative

		Terhadap Underpricing Saham Pada Saat Initial Public Offering Di Bursa Efek Indonesia	(X3)	namun tidak signifikan > 0,05, untuk variabel DER berpengaruh positif signifikan <0,05 maka underpricing di pengaruhi oleh Current Ratio , Return On Asset, dan Debt To Equity
3	Miftahul Jannah, 2019	Analisis factor Factor yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing Pada Perusahaan Jasa Yang Melakukan Penawaran Umum Perdana Di Bursa Efek Indonesia	Dependen (Y) Underpricing Independen (X) Debt To Equity Rasio (X1) Return On Asset (X2) Earnings Per Share (X3) Ukuran Perusahaan (X4) Umur Perusahaan(X5) Reputasi Auditor (X6)	Nilai Adjusted R Square (R^2) atau koefisien determinasi adalah sebesar 0,067 angka ini mengidentifikasi bahwa Underpricing variabel dependennya dapat dijelaskan oleh Debt To Equity dan Return On Asset variabel Independennya sebesar 6,7% sedangkan selebihnya sebesar 93,3% dijelaskan oleh variabel lain nya yang tidak diteliti dalam penelitian ini
3	Herbanu Putro L ,2017	Pengaruh Umur Perusahaan , Ukuran Perusahaan , Presentase Saham, yang ditawarkan, Earnings Per Share, Dan kondisi pasar terhadap Underpricing Saham pada saat Initial Public	Dependen (Y) Underpricing Saham Independen (X) Umur Perusahaan,Ukuran Perusahaan,Presentase Saham,Earnings Per Share,dan Kondisi Pasar	Umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Underpricing Saham pada saat melakukan IPO di Bursa Efek Hasil uji T untuk variabel ini menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -0,001, t dihitung -0,546 < t table 1,997, serta nilai signifikan 0,587 yang berarti lebih besar dari 0,005

		Offering di Bursa Efek Indonesia		
4	Faris Eko Yulianto, 2019	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Underpricing Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering	Dependen (Y) Underpricing Saham Independen (X) Underwriter (X1) ROA (X2) DER (X3) Umur Perusahaan(X4)	Varibel reputasi Underwriter memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Underpricing pada seluruh perusahaan yang melakukan IPO yang terdaftar di Bursa Efek pada periode 2014-2018 hal tersebut dibuktikan bahwa dengan melihat hasil koefisien regresi bernilai positif sebesar -7,786. hasil uji t untuk variabel profitabilitas diperoleh nilai sebesar -0,861 dengan tingkat signifikan lebih besar dibanding taraf signifikan yang telah ditetapkan ($0,391 > 0,05$).
4	Posmo Sariguna Johnson Kennedy, 2021	Factor Yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing Saham Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Melakukan Initial Public Offering Di Bursa Efek	Dependen (Y) Underpricing Independen(X) Penawaran Umum(X1) Financial Leverage(X2) Reputasi Underwriter(X3) Ukuran Perusahaan(X4)	Variabel Financial Leverage tidak memiliki pengaruh terhadap fenomena underpricing98saham pada perusahaan yang melakukan IPO
5	Himawan Budi Kuncoro, 2019	Analisis Factor Yang Mempengaruhi	Dependen (Y) Underpricing Independen(X) Debt equity(X1) To	Ukuran Perusahaan berpengaruh negative terhadap underpricing

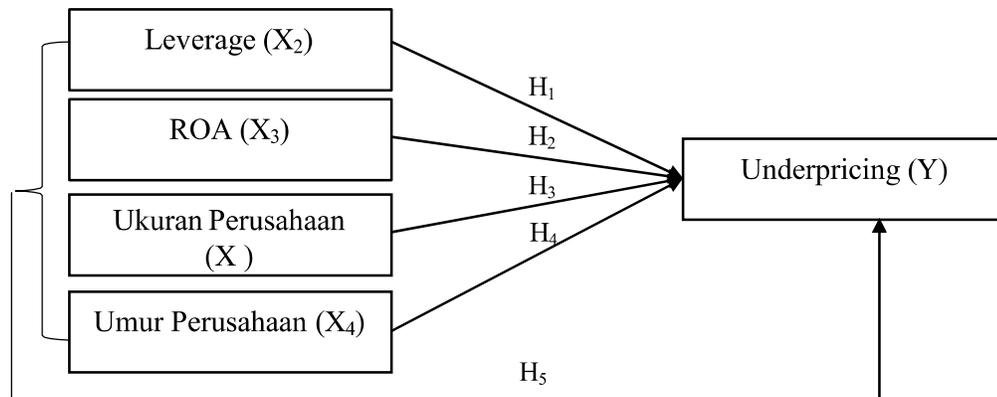
		ruhi Tingkat Underpricing Saham Pada Penawaran Umum Perdana	Underwriter Reputation(X2) Company Age(X3) Type Of Industry(X4) Company Size(X5) Inflation Level(X6)	
6	Ivana Agustin, 2020	Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Underpricing Saham:Studi di Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering Di Bursa Efek Indonesia	Dependen (Y) Independen (X) DER (X1) ROA(X2) Underwriter Reputation(X3) Stock Offering Precentage(X4) Auditor Underpricing(X5)	Financial Leverage yang di ukur dengan DER memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap tingkat underpricing saham.
7	Meigia Nidya Sari,201 8	Faktor Faktor Yang mempengaruhi Underpricing Saham Pada Saat Initial Publik Offering Di Bursa Efek Indonesia	Dependen (Y) Independen (X) IPO(X1) Ukuran Perusahaan(X2) ROA(X3) Financial Leverage(X4) Presentasi Saham Yang Ditawarkan (X5) Volume Perdagangan(X6) Reputasi Underwriter(X7) Umur Perusahaan(X8) Jenis Industri(X9)	Variabel ukuran perusahaan ,ROA,Financial Leverage,Presentase Penawaran Saham Publik,Volume Perdagangan,Reputasi Auditor,Umur Perusahaan Dan Jenis Industri Secara bersama sama mampu mempengaruhi variabel Underpricing pada perusahaan yang IPO di Bursa Efek Tahun 2008- 2017 sebesar 27,2% sisanya 72,8% dipengaruhi factor factor lain.
8	Yunita	Analisis	Dependen (Y)	Dengan tingkat kepercayaan

	Septi Kusuma, 2019	Pengaruh Offer Size, Stock Volatility, Earnings Per Share Dan Financial Leverage Terhadap Underpricing Saham Pada Perusahaan Non keuangan Yang Melakukan Initial Public Offering	Underpricing Independen (X) Offer Size (X1) Stock Volatility(X2) Earnings Per Share(X3) Financial Leverage(X4)	sebesar 5% atau 0,05, diketahui F-dihitung sebesar 9,081, sedangkan F dihitug 9,081>F table 2,57, hasil pengujian ini menunjukkan bahwa empat variabel independen dapat menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Underpricing
9	Mohamad Yasin, 2018	Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing Saham pada Penawaran Umum Perdana	Dependen (Y) Underpricing Independen (X) IPO(X1) Reputation Underwriter(X2) Company Size(X3) Company Age(X4) ROA(X5)	ROA berpengaruh signifikan dengan arah negative terhadap tingkat underpricing. hal ini dibuktikan dengan nilai sig t 0,043<0,05 hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ROA maka tingkat underpricing semakin rendah. dengan demikian H _a diterima dan H ₀ ditolak
10	Hilda Irawati, Fanny Suzada Pohan, 2020	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Underpricing Saham perdana Pada Saat Initial Public Offering Di Bursa Efek	Dependen (Y) Underpricing Independen (X) IPO (X1) Regresi Linear Berganda(X2)	Variabel Financial leverage berpengaruh signifikan terhadap variabel underpricing

		Indonesia		
11	Ika N ,2020	Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering	Dependen (Y) Underpricing Independen (X) ROA(X1) Earnings Per Share(X2) Debt To Equity(X3) Company Age (X4)	Secara simultan Variabel roe, EPS, DER Dan Umur Perusahaan berpengaruh bersama sama Terhadap Underpricing
12	Desi Sartika, 2022	Analisis Faktor Faktor yang mempengaruhi Underpricing Saham Pada Initial Public Offering Di Bursa Efek Indonesia	Dependen (Y) Underpricing Independen (X) Reputasi Underwriter(X1) Reputasi Auditor (X2) Ukuran Perusahaan(X3) Financial Leverage(X4) ROA(X5)	Reputasi Underwriter berpengaruh signifikan dengan koefisien negative terhadap tingkat underpricing saham pada saat Initial Public Offering di Bursa Efek.
13	Yanuar Rifqi Abdullah, 2018	Faktor Faktor Yang mempengaruhi Tingkat Underpricing Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering	Dependen (Y) Underpricing Independen (X) ROA(X1) EPS(X2) Harga Saham Perdana(X3) Reputasi Underwriter(X4) Presentase Saham Yang Ditawarkan(X5) Waktu IPO(X6)	Secara simultan variabel ROA, Leverage Dan Eps tidak berpengaruh signifikan terhadap underpricing pada perusahaan manufaktur, sedangkan secara parsial tidak berpengaruh pada perusahaan non manufaktur

Sumber: Data Penelitian (2022)

2.4 Kerangka Berfikir



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis

2.5.1 Pengaruh *Financial Leverage* Terhadap *Underpricing*

Financial Leverage keuangan didefinisikan sebagai titik di mana perusahaan akan menghasilkan lebih banyak uang dari pembayaran utangnya daripada membayar bunga. Investor sebaiknya membiasakan diri dengan gagasan leverage sebelum mencoba menilai perusahaan. Sebagian besar investor lebih suka tidak mengambil risiko. (Fauzan & Siagian, 2017). Karena pengembalian investasi investor yang tidak dapat diprediksi dipengaruhi oleh leverage keuangan yang tinggi, harga saham kemungkinan besar akan diremehkan. Oleh karena itu, tingkat underpricing semakin besar, semakin besar leverage keuangan yang dimiliki organisasi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Kristiantari (2013) menemukan bahwa variabel financial leverage berpengaruh signifikan terhadap tingkat underpricing.

H1: *Financial Leverage* (X1) diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat menurunkan harga saham (Y).

2.5.2 Pengaruh ROA Terhadap *Underpricing*

Return on Asset (ROA) adalah rasio untuk mengevaluasi kesehatan keuangan perusahaan yang membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total asetnya secara keseluruhan. (ROA) merupakan ukuran efisiensi

perusahaan dalam menghasilkan laba. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa bisnis memiliki ruang untuk tumbuh secara finansial. (Prastica, 2012). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Prastica (2012) menemukan bahwa variabel ROA berpengaruh signifikan terhadap tingkat

H2: (X2) diduga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat menurunkan harga saham (Y).

2.5.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Underpricing*

Ukuran perusahaan diukur dengan berbagai metrik, seperti total aset, nilai pasar saham, dan lain-lain (Prasetyorini, 2013). Menarik investor akan jauh lebih sederhana daripada untuk usaha kecil karena banyaknya data yang tersedia. Harga pasar naik ketika ada permintaan yang lebih besar dari investor untuk membeli saham. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Pahlevi, 2014) menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan negatif dan berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*. Demikian pula ukuran perusahaan berpengaruh besar terhadap *underpricing*, dan pengaruh ini berarah negatif, berdasarkan temuan Kartika dan Putra (2017).

H3: Ukuran Perusahaan (X3) diduga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat menurunkan harga saham (Y).

2.5.4 Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap *Underpricing*

Jika sebuah perusahaan telah ada untuk sementara waktu, kemungkinan besar ia telah menemukan cara untuk mempertahankan posisinya di pasar dan berkembang meskipun ada persaingan yang ketat. Rekam jejak perusahaan yang telah menjalankan bisnis selama beberapa waktu penting bagi investor karena dapat menjadi prediktor munculnya bahaya yang dapat mempengaruhi perusahaan di masa depan. Menurut teori sinyal, semakin lama sebuah perusahaan beroperasi, semakin rendah risiko bagi investor, yang akan lebih bersedia memasukkan uang mereka ke dalam bisnis sebagai hasilnya. Ini, pada gilirannya, dapat meningkatkan ukuran penawaran umum perdana. Emiten dan investor memiliki tujuan yang bertentangan, menurut teori keagenan. Investor menginginkan pengembalian tertinggi dengan risiko paling kecil, sementara perusahaan yang telah lama yakin akan keberhasilan IPO mereka mencari harga saham setinggi mungkin. Penanggung dengan sumber daya yang lebih besar akan mempertimbangkan materi yang disediakan oleh kedua belah pihak. Semakin kecil kemungkinan terjadinya asimetri informasi antara perusahaan dan investor, semakin lama perusahaan berdiri dan semakin baik informasi yang diungkapkan dalam laporan keuangan. Menurut penelitian Taufani (2017), *underpricing* yang diukur dengan *early return* dipengaruhi secara signifikan oleh umur perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Purbangga dan Yuyetta (2013) yang juga menemukan bahwa usia bisnis berpengaruh negatif terhadap *underpricing*. Ini mengarah pada pernyataan hipotesis berikut:

H4: Umur perusahaan (X4) berpengaruh negatif terhadap *underpricing*.

